

Etude sur la perception et l'image de Genève-roule

Genève-roule!

Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Sabrina LOURENCO DE SOUSA NUNES

Conseiller au travail de Bachelor :

Andrea BARANZINI, Professeur HES

Genève, le 16 août 2013

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Economie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor en économie d'entreprise. L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seule le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 16 août 2013

Sabrina Lourenco Nunes

Remerciements

J'adresse mes remerciements les plus sincères aux personnes qui m'ont consacré de leur temps afin de répondre à mes questions, mais aussi pour leur accueil et soutien dans la réalisation de ce travail. Je remercie particulièrement :

Andrea Baranzini, professeur à la Haute école de gestion de Genève et conseiller de mon travail de Bachelor, pour m'avoir conseillé et orienté dans la bonne direction tout au long du mandat.

Laurence Infanger, responsable développement et communication de Genève-roule, pour m'avoir consacré de son temps et m'avoir apporté toutes les indications nécessaires concernant Genève-roule et le vélo en libre service.

Daniel Lang, Directeur de Genève-roule, pour m'avoir offert la possibilité de réaliser ce travail de Bachelor et apporté toutes les indications nécessaires.

Giorgio Giovannini, Directeur Associé de Mobilité sàrl, qui a bien voulu répondre à mon enquête qualitative.

Nathalie Turin, assistante LEM, qui a su dissiper mes doutes.

Cristiana Di Antonio et mes proches pour m'avoir soutenus tout au long de ce travail.

Sommaire

A l'heure où le tissu urbain genevois est complètement saturé, le concept de mobilité douce est une réponse pertinente pour régler les divers problèmes d'urbanisme. Il amène à reconsidérer la politique cantonale en matière de transports et est intégré comme troisième pilier du système de mobilité. Dans cette perspective, il convient de réfléchir à la place du vélo dans la société comme moyen de transport quotidien, notamment pour les pendulaires, dont l'usage permettrait de réduire drastiquement les coûts externes.

Genèveroule, association incontournable quand on évoque la problématique de la mobilité douce à Genève, agit en ce sens en promouvant depuis sa création l'utilisation du vélo en ville. Elle propose des services diversifiés à un large public : les résidents, les pendulaires, les touristes et les entreprises. Dans un avenir proche, Genèveroule pourrait connaître des bouleversements avec l'intégration dans ses activités du vélo en libre service.

Elle a été amenée à s'interroger quant à la stratégie à adopter pour réussir à tirer son épingle du jeu et à assurer sa survie sur le marché de la location en libre-service à Genève. Dans ce contexte tendu est apparu la nécessité de réaliser une étude de marché. C'est le travail qui m'a été confié par l'association. Je me propose donc d'étudier la perception et l'image de Genèveroule. En effet, il est important de connaître l'opinion et l'intérêt du public pour le projet VLS pour déterminer les modalités d'une action concrète en vue de pérenniser l'association.

Dans un premier temps, je propose une approche descriptive du réseau cyclable actuel. Elle sera complétée par une approche analytique qui s'appuie sur une enquête qualitative et quantitative qui a pour but d'émettre un diagnostic quant à la notoriété de l'association.

De l'analyse des résultats obtenus, il résulte qu'un travail de promotion est indispensable. En effet, il faut la faire connaître et convaincre le plus grand nombre de l'utiliser. A ces fins, il convient de repenser l'utilisation de ses outils de communication. J'émettrai donc quelques recommandations pour aider Genèveroule à améliorer son image. Enfin, je suggère quelques pistes pour ouvrir la réflexion.

Table des matières

1. Introduction	1
1.1 Contexte	1
1.2 Problématique	5
1.3 Présentation de Genève-roule.....	7
2. Approche descriptive	9
2.1 Vélo tendance	9
<i>2.1.1 Trafic journalier</i>	<i>10</i>
<i>2.1.2 Le profil type de l'utilisateur</i>	<i>10</i>
2.2 Les bénéfices du vélo	12
2.3 Menaces et opportunités du réseau cyclable.....	15
3. Approche analytique.....	17
3.1 Etude qualitative.....	17
3.2 Etude quantitative	19
<i>3.2.1 La cible de l'étude</i>	<i>19</i>
<i>3.2.2 L'échantillon</i>	<i>20</i>
<i>3.2.3 La méthode</i>	<i>20</i>
<i>3.2.4 Le questionnaire.....</i>	<i>20</i>
4. Analyse des résultats	22
4.1 Profil des sondés	22
<i>4.1.1 Sexe et âge</i>	<i>22</i>
<i>4.1.2 Profil client d'une location vélo.....</i>	<i>23</i>
<i>4.1.3 Usager au quotidien</i>	<i>23</i>
4.2 Informations relatives à Genève-roule	25
<i>4.2.1 Notoriété.....</i>	<i>25</i>
<i>4.2.2 Connaissance des activités de Genève-roule</i>	<i>26</i>
<i>4.2.3 Moyens de communication utilisés</i>	<i>27</i>
<i>4.2.4 Qualité du service et du produit</i>	<i>28</i>
<i>4.2.5 Perception du prix</i>	<i>29</i>

4.3	Habitudes du consommateur	30
4.3.1	<i>Types de déplacements</i>	30
4.3.2	<i>Types de vélos loués et accessoires</i>	31
4.3.3	<i>Critères de location</i>	32
4.4	Représentations négatives du vélo	33
4.4.1	<i>Freins à la location</i>	33
4.4.2	<i>Pratiques des pendulaires.....</i>	34
4.4.3	<i>Changement de comportement en matière de mobilité</i>	35
4.4.4	<i>Choix du vélo</i>	35
4.4.5	<i>Expérimentation du vélo avec la mobilité d'entreprise</i>	36
4.5	Perception du vélo en libre service (VLS).....	38
4.5.1	<i>Opinion des répondants</i>	38
4.5.2	<i>Enjeux politiques</i>	39
4.5.3	<i>Utilisateur d'un VLS.....</i>	41
4.5.4	<i>Alternatives au VLS.....</i>	41
4.6	Synthèse de l'étude quantitative	42
5.	Recommandations proposées.....	44

Liste des Tableaux

Tableau 1	Menaces et opportunités du réseau cyclable	15 à 16
-----------	--	---------

Liste des Figures

Figure 1	Evolution du trafic vélo.....	9
Figure 2	Coûts externes du trafic routier et ferroviaire 2009	12

Glossaire

Les définitions des termes utilisés dans ce travail sont en partie tirées ou adaptées du glossaire de l'étude de l'Office fédéral de la statistique et de l'Office fédéral du développement territorial (OFS et ARE).

Terme utilisé	Abréviation	Définition
Deux-roues motorisés		Catégorie générique regroupant les cyclomoteurs, les scooters et les motos
Mobilité pendulaire		Mobilité caractéristique des déplacements pour se rendre au travail et en revenir
Répartition modale		Répartition des trajets ou des déplacements entre différents moyens de transport selon la distance, la durée de trajet ou le nombre d'étapes
Report modal		Résultat de changements dans les pratiques modales qui engendrent la diminution de l'utilisation d'un mode de transport spécifique au profit des autres. Exemple : l'usage des TIM vers une mobilité durable (TP, marche, vélo, etc)
Transport individuel motorisé	TIM	Catégorie générique regroupant les voitures de tourisme (=voitures), motocycles, motocycles légers (=scooters) et cyclomoteurs
Transport public	TP	Catégorie générique regroupant les trams, bus, cars postaux et trains
Vélo à assistance électrique	VAE	Vélo sur lequel sont fixés un moteur électrique et sa batterie, fournissant une assistance électrique jusqu'à 25km/h lorsque l'utilisateur pédale

1. Introduction

1.1 Contexte

Compte tenu de son haut niveau de qualité de vie, de sa compétitivité économique et de sa situation géographique attractive sur le lac, notre ville attire les foules grâce à ses 22 organisations internationales et ses 500 entreprises multinationales qui y sont établies, offrant ainsi un grand nombre de places de travail sur le territoire. Genève connaît ainsi un problème d'urbanisme : les gens viennent y travailler, mais habitent en France ou dans le canton de Vaud à cause de la pénurie de logements, qui contraint chaque année quelque 2'200 habitants en moyenne à déménager hors du canton¹.

Par conséquent, Genève est confrontée à des problèmes environnementaux récurrents dont le trafic routier est pour une large part responsable. En 25 ans, le nombre des automobilistes pendulaires aux frontières cantonales a plus que doublé. Vu le déséquilibre entre le nombre de logements construits à Genève et dans la région transfrontalière, cette réalité cantonale ne cesse de croître. Ces résultats indiquent aussi que la population transfrontalière provient de localités éloignées dans le but d'améliorer leurs conditions de vie (salaire, pouvoir d'achat).

L'augmentation des passages aux frontières n'est pas sans conséquences. En plus des problèmes de circulation déjà existants, cette agglomération journalière et ponctuelle de véhicules contribue à augmenter les difficultés routières de Genève. Sans oublier les nuisances importantes qui en découlent telles que le bruit, la pollution de l'air ainsi que les accidents de la route. Les coûts externes occasionnés par le trafic routier sont importants.

Tout d'abord, le trafic routier est la cause de plus de 30% des émissions de Co2 en Suisse².

Les transports individuels motorisés (TIM), sans compter l'avion, sont le type de transport le plus polluant pour notre environnement. Ceci ne fait que s'aggraver avec l'augmentation des deux-roues motorisés (+2,9%) : plus de 51'790 motos et

1 ALLENSPACH Christoph. *Le Cercle vicieux*. Genève : Hochparterre n°11, 2011. P.6

2 <http://www.bafu.admin.ch/dokumentation/umwelt/12512/12535/index.html?lang=fr>, consulté le 28 mars

scooters sillonnent les routes genevoises, un chiffre en hausse (2,3%) alors que le nombre de voitures stagne (+0,8%)³.

Ensuite, le trafic routier est la cause d'environ 1'861 accidents sur les autoroutes et semi-autoroutes suisses pour l'année 2011. Plus de la moitié de ces accidents sont causés par les voitures de tourisme, suivi par les motos et véhicules de marchandise. La grande majorité des accidents surviennent pendant les jours ouvrables et aux heures de pointe du matin et du soir en raison de la surcharge de trafic⁴. A cela s'ajoute le temps d'attente dans les embouteillages qui n'en finit plus : en 2011, 19'149 heures de bouchons ont été enregistrées sur les routes suisses, une augmentation de 20%, qui représentent 349 jours d'embouteillages. Cette hausse correspond à environ 50% de l'augmentation totale des heures de bouchons sur l'A1, dont 741 heures d'embouteillages de plus recensées sur les routes à Genève par rapport à l'année passée.

Selon une étude menée en 2010 par l'Office fédéral de la statistique (OFS) et l'Office fédéral du développement territorial (ARE) sur 63'000 personnes interrogées à travers le pays concernant leurs habitudes en termes de transports, il ressort que chaque personne résidant en Suisse (population âgée de 6 ans et plus) effectue chaque jour en moyenne 36,7 km sur le territoire national, ce qui représente une augmentation de 1,5 km par rapport à l'année 2005 et un déplacement de 92 minutes (sans le temps d'attente). La population parcourt les deux tiers des distances journalières, soit 23,8 km en voiture ou à moto, dont 8,6 km sont accomplis en transports publics (train, tram, bus, car postal) et 2,8 km à pied et/ou à vélo⁵.

Les loisirs représentent de loin le principal motif de déplacement avec 40% des distances journalières effectuées sur le territoire national, suivis des raisons professionnelles avec 36% des distances parcourues et 18% pour les achats et les accompagnements⁶. Le choix du type de transport varie selon le motif de déplacement et le lieu de domicile. Les personnes vivant dans les communes urbaines parcourent des distances inférieures à celles qui habitent dans une commune rurale. Ces dernières parcourent entre 39 et 47% de leur trajet en TIM.

3 ROSSELLI, Sophie. *Toujours plus de deux-roues circulent à Genève*. Genève : TDG, 2013

4 <http://www.astra.admin.ch/dokumentation/00109/00113/00491/index.html?lang=fr&msg-id=45631>, consulté le 28 mars

5 OFS. *Distance journalière moyenne parcourue par personne sur le territoire national*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P. 7 et 8

6 OFS. *Motif de déplacement*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P.55

Pour les habitants des communes urbaines, ce chiffre tombe à 24%, alors que 53% sont parcourus à pied, 18% en TP et 5% à vélo. La voiture reste toutefois le moyen de transport dominant avec une part de 65%.

Au niveau de l'équipement des ménages, la proportion des ménages suisses possédant au moins une voiture est passée de 82% en 2005 à 79% en 2010 et le nombre des ménages déclarant n'en posséder aucune est passé de 19% en 2005 à 21% en 2010. Relativement à l'équipement en mode doux, près de 70% des ménages suisses possèdent au moins un vélo. Les plus répandus sont les vélos normaux (67%) et les VTT (47%) : environ 2% des ménages disposent d'un vélo électrique⁷.

A Genève, une moyenne de 26,5 km est parcourue chaque jour ; les transports publics sont le premier moyen de transport utilisé pour se rendre au travail. Ce résultat reste toutefois inférieur à la moyenne suisse. En seconde position viennent les TIM, suivis par la marche et le vélo⁸.

La proportion des ménages genevois possédant au moins une voiture est de 76%, quant à l'équipement en modes doux, 57% des ménages genevois possèdent au moins un vélo.

Vu le trafic routier dans l'agglomération genevoise, le vélo est le mode de déplacement le plus efficace en milieu urbain. Il représente une véritable solution dans la gestion de la mobilité en ville, plus économique et plus écologique. Le vélo permet de résoudre les problèmes liés au trafic grandissant que connaît actuellement Genève. Ce moyen de transport permet de se déplacer trois à quatre fois plus vite qu'à pied, bien plus rapidement qu'en voiture ou même qu'en transports publics. Adieu les embouteillages, les fortes fréquences et les contraintes de flexibilité des transports publics (horaires). Sans compter la hausse du prix du pétrole et les problèmes de santé qui ne font qu'accentuer le choix du vélo comme mode de transport idéal dans les centres urbains⁹. D'autant plus que les distances parcourues avec les divers moyens de transport confirment que le vélo s'adapte parfaitement à nos déplacements quotidiens. En effet, la plupart du temps nous parcourons de courtes distances, 30% des déplacements motorisés portent sur moins de 3km et 45% sur moins de 5km,

7 OFS. *Possession de véhicules par ménage*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P. 32 à 33

8 OFS. *Comportement en matière de transports dans les villes-centres*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P. 85

9 <http://www.ville-geneve.ch/themes/mobilite/velos/grandes-qualites-velo/>, consulté le 26 mars

soit au maximum vingt minutes à vélo. Bref, le vélo a le potentiel d'engendrer un report modal significatif auprès des utilisateurs des TIM pour les déplacements pendulaires.

C'est pourquoi Genève encourage vivement son utilisation comme moyen de locomotion quotidienne. Pour cela, la Ville de Genève et les communes soutiennent financièrement les aménagements de pistes cyclables et de places de parc, mais aussi par la proposition de projets visant à promouvoir le vélo en milieu urbain. C'est ainsi que l'initiative 144 « Pour la mobilité douce » a été déposée au Grand Conseil le 4 septembre 2009, afin que la mobilité douce soit intégrée dans la loi et que le premier plan de mobilité douce soit établi par l'Etat. L'initiative vise à faciliter et sécuriser les modes de déplacements les plus économes en espaces public, en énergie et les moins polluants : le vélo et la marche. L'effort des associations qui ont participé à l'initiative a payé, par l'adoption du Conseil d'Etat du tout nouveau et premier plan Directeur de la mobilité douce le 31 mars 2011. La mobilité douce sera désormais intégrée comme troisième pilier du système de mobilité, jouant un rôle aussi significatif que les TIM et les TP.

1.2 Problématique

Maîtriser cette croissance du trafic est indispensable pour éviter un blocage général et donc du fonctionnement de l'agglomération. Ce d'autant plus qu'il a été pronostiqué pour 2030 une augmentation de la population (+200'000 nouveaux habitants) et des emplois à Genève (+100'000 emplois supplémentaires)¹⁰. Cette situation engendrera une augmentation du nombre de déplacements à gérer chaque jour. Vu l'ensemble de ces nouvelles contraintes qui s'ajoutent à l'état de saturation du trafic que connaît déjà Genève, la mobilité douce devient une question majeure dans notre canton. C'est la raison pour laquelle l'initiative « Pour la mobilité douce » a été adoptée par le Conseil d'Etat en mars 2011, puis le premier Plan Directeur de la mobilité douce 2011-2014 a été mis en œuvre. L'objectif étant la réduction de la part de l'automobile (et secondairement les deux-roues motorisés) dans l'ensemble des déplacements.

L'association Genèvevroule qui promeut le développement de la mobilité douce en proposant à la population genevoise un service de location et de prêts gratuits de vélos à utilisation personnelle et professionnelle est en ce sens un acteur majeur à Genève. C'est avec le partenariat des TPG que Genèvevroule soustraitera le projet du vélo en libre service genevois, ce qui constituera une nouvelle forme de promotion du vélo et de la mobilité douce à Genève. Ce projet est actuellement en suspens pour cause de validation politique et budgétaire, mais en cas d'acceptation de la part du Grand Conseil, Genèvevroule se verra contrainte, avec l'arrivée du VLS à Genève, de supprimer l'un de ses services ; le prêt gratuit de vélos. L'exploitation du VLS représentera une grande partie de son activité. Dans cette éventualité, on peut se demander comment les gens perçoivent cette association et quelle est la place du vélo à Genève : le vélo peut-il représenter un véritable mode de transport au quotidien utilisé autrement que pour les loisirs ?

Afin de répondre à cette question, je procéderai à une étude de marché, en appliquant aussi bien une méthode qualitative que quantitative. Cela permettra de définir l'intérêt, le profil, les attentes et le comportement des utilisateurs actuels et potentiels de Genèvevroule.

¹⁰ Département de l'intérieur, de la mobilité et de l'environnement. *Explosion des demandes de mobilité*. Genève : Mobilité 2030, 2013. P.20

Dans la première partie de mon travail de Bachelor, une approche descriptive du réseau cyclable actuel est observée. Dans laquelle j'étudie l'évolution du trafic vélo ainsi que le profil-type de son usager. Les bénéfices du déplacement à vélo pour l'économie et l'environnement seront mis en avant par rapport aux autres modes de transports motorisés. Une analyse SWOT sera également effectuée afin d'identifier les menaces et opportunités qui peuvent influencer l'utilisation du vélo. Cette analyse est importante pour mesurer l'attractivité qu'il y a autour du vélo et l'importance de promouvoir ce mode de transport en milieu urbain.

Dans la deuxième partie, la méthodologie adoptée pour la conception de mon questionnaire qualitatif et quantitatif est expliquée, afin de pouvoir procéder à l'analyse des résultats dans la troisième partie. Dans laquelle je vais mesurer le taux de notoriété et d'attractivité de Genève-roule. Ainsi que les habitudes et comportements des clients en terme de location et la représentation qu'on les clients et non-clients de Genève-roule face à l'utilisation du vélo.

Dans la quatrième et dernière partie, des recommandations personnelles seront proposées à l'association dans le but d'améliorer sa notoriété et son image.

1.3 Présentation de Genève-roule

Née des cendres de Véloc et reprise par la Croix-Rouge genevoise, Genève-roule est une association à but non-lucratif, qui à travers le vélo promeut une meilleure santé de la population et œuvre à la réinsertion sociale de personnes en difficulté.

Depuis sa création en 1996, elle a su démontrer son utilité publique grâce à son programme parallèle de réinsertion socioprofessionnelle pour des chômeurs, des requérants d'asile, des jeunes stagiaires ou encore des bénéficiaires de prestations de l'Hospice général. L'association leur permet d'obtenir un bagage professionnel en améliorant leurs compétences techniques et professionnelles et de retrouver une place dans le tissu social. C'est ainsi que 269 personnes de divers horizons ont collaboré au sein de Genève-roule en 2012.

Son activité principale consiste en la location de vélos durant toute l'année dans trois arcades de Genève-roule. Pendant l'été, elle offre au public des prêts gratuits de vélos pour une durée de quatre heures dans sept de ses arcades dispatchées sur le territoire de la Ville de Genève, Carouge et Meyrin. L'association conduit également une autre activité : elle est active dans la mobilité d'entreprise en proposant un forfait annuel pour la location et l'entretien de vélos à des entreprises soucieuses de l'environnement et désireuses de promouvoir la mobilité douce auprès de leurs collaborateurs. Ce ne sont pas moins de 37'000 sorties de vélos qui ont été comptabilisées pendant l'année 2012, dont environ 27'000 prêts gratuits de vélos.

Elle gère également un parking à vélo et propose un service d'entretien et réparations sur vélo. De plus, elle participe à de nombreuses manifestations genevoises telles que « bike to work », « la fête de l'espoir » ou encore « la semaine de la mobilité » où elle anime des ateliers.

Ses défis : Certaines des activités de Genève-roule lui permettent de s'autofinancer, telles que le sponsoring par des entreprises souhaitant faire figurer leur publicité sur les vélos et les locations de vélos. Soulignons que cette association est à but non-lucratif et qu'elle est majoritairement subventionnée à hauteur de 68%. En cas de retrait de cet appui financier, Genève-roule serait incapable d'assurer toute seule sa pérennité.

Ses projets à venir : Le vélo en libre service, tout dernier projet pour lequel Genève-roule s'est profilée comme acteur clé en décembre 2012 en partenariat avec les Transports publics genevois après l'appel d'offre fournisseur du système en mars 2012. Ce projet consiste à offrir la possibilité au public d'emprunter un vélo et de le restituer à un autre endroit du canton. Genève-roule aura pour activité: la régulation des stations, les réparations des vélos et le service-client ; les TPG auront eux pour mission l'installation et la gestion du futur réseau. Au projet, environ 1'500 vélos répartis dans une centaine de stations dans 15 communes du canton. Le coût d'investissements s'élèvera, sur dix ans, à plus de 11,4 millions de francs, et sera pris en charge par les communes participantes.

Quand bien même Genève-roule se montre très optimiste quant aux bénéfices que peut apporter ce projet à la population genevoise: «Genève-roule est prête à accueillir le VLS et se réjouit de son impact positif sur la promotion du vélo et de la mobilité douce à Genève » (Communiqué de presse, 2012), le VLS n'emporte pas l'adhésion. Certes, Michèle Künzler, conseillère d'Etat en charge de la mobilité, a annoncé que pour l'été 2013 Genève aurait la chance de bénéficier des vélos en libre-service. Mais c'était sans compter sur l'avis défavorable de la commission des finances du Grand Conseil. Pour sa part, en janvier 2013, la Ville de Genève a déclaré être favorable au projet et a même donné le feu vert pour l'ouverture de deux crédits pour un solde de 3,3 millions de francs afin de financer une partie des investissements des TPG (1,9 million) et de réaliser la première étape en Ville de Genève (1,4 million). Ce soutien financier était toutefois sous réserve de l'approbation du Grand Conseil qui aurait le dernier mot. Il faut savoir qu'en cas de refus, la Ville de Genève serait incapable de soutenir, à elle seule, le financement du projet. Par conséquent, la balle était dans le camp du Grand Conseil : le projet VLS a été renvoyé par la Commission des finances, pour cause de budget trop conséquent pour le canton et d'un rapport non abouti selon la droite. Par ce « non », le projet VLS est temporairement enterré depuis le 7 juin 2012. Etant donné que les bénéfices de ce projet sont observés dans d'autres cantons de la Suisse: une hausse du nombre de locations de 30% a été enregistrée dans la période 2010-2012¹¹, Genève tournerait le dos à un système qui a le potentiel de répondre à la demande de mobilité et de résoudre le problème du trafic saturé.

11 Les vélos en libre-service cartonnent en Suisse romande. Genève : Le Matin, 2012

2. Approche descriptive

L'objet de cette partie consiste à définir les caractéristiques du réseau cyclable à Genève : l'évolution du trafic vélo et le profil de l'utilisateur type. Ces observations me permettront de répondre à l'une de mes questions au point 1.2 : « Le vélo peut-il représenter un véritable mode de transport au quotidien utilisé autrement que pour les loisirs ? ».

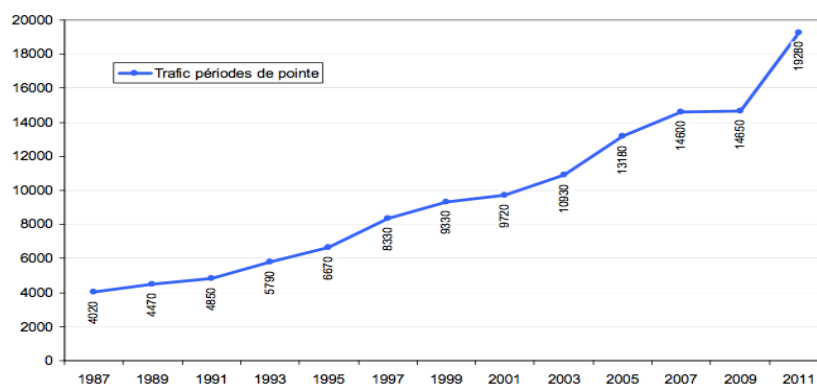
Les informations récoltées pourront être directement utiles à Genève-roule dans l'organisation de ses activités. Cette analyse me permettra d'étayer l'un des thèses de Genève-roule : « le vélo en ville en tant que réponse au trafic routier pendulaire ».

2.1 Vélo tendance

Grâce à une campagne de comptage effectuée pendant la période de mai à juin 2011 et aux heures de pointe du matin et du soir, on peut démontrer que le vélo compte de plus en plus d'adeptes à Genève. En effet, comme nous pouvons le lire sur le graphique, en 2011, 19'280 vélos ont été comptabilisés sur les routes, soit une augmentation de plus de 30% par rapport à l'année 2009 ; 10% représentent des trajets à vélo électrique (VAE)¹².

Figure 1

Evolution du trafic vélo



Source : Département de l'intérieur et de la mobilité (2012, p.5)

¹² Département de l'intérieur et de la mobilité. *Évolution du trafic vélo depuis 1987*. Genève : Les comptages vélos 2011, 2012. P. 4 et 5

Comme nous pouvons le constater sur le graphique, le trafic vélo augmente de façon continue au fil des années, démontrant ainsi que le vélo prend de plus en plus d'importance sur les autres transports.

Cette courbe croissante du trafic vélo s'explique par les nombreux aménagements (nouvelles bandes et pistes cyclables) qui ont été réalisés depuis 1987 jusqu'à aujourd'hui. En effet, l'offre en aménagements n'a pas cessé d'augmenter au fil des années, passant de 8 km seulement en 1987 à 370 km aujourd'hui ! Ainsi, en aménageant de nouvelles pistes cyclables, la Ville de Genève promeut l'utilisation du vélo et garantit une amélioration en termes de sécurité et de confort à ses utilisateurs.

2.1.1 Trafic journalier

Il ressort qu'aux périodes de pointe du matin et du soir, estivales et hivernales, le réseau cyclable est essentiellement un trafic pendulaire lié au travail et à la formation comme pour les utilisateurs des autres moyens de transport¹³.

Nous constatons aussi que la différence du nombre de cyclistes entre les saisons estivale (environ 17'000 vélos) et hivernale (environ 13'000) est mince, confirmant ainsi que le cycliste est un usager fidèle¹⁴.

Nous pouvons en conclure que le vélo est un moyen de transport comparable aux autres modes de transport (TIM et TP) pour les mêmes motifs de déplacements et aux mêmes habitudes pendulaires.

2.1.2 Le profil type de l'utilisateur

Selon l'étude de microrecensement menée par l'OFS, nous pouvons établir le profil type de l'utilisateur de vélo¹⁵. L'utilisateur pendulaire qui parcourt le plus de distances journalières à vélo est principalement de sexe masculin entre 18 et 24 ans et entre 45 et 64 ans, résidant en dehors du centre de Genève. Il utilise principalement le vélo dans le trafic pendulaire lié à la formation et au travail. C'est un salarié sans personnel sous ses ordres ou un étudiant universitaire ou en haute école spécialisée. Le revenu mensuel du ménage se situe entre 6'001 à

13 Département de l'intérieur et de la mobilité. *Évolution du trafic vélo depuis 1987*. Genève : Les comptages vélos 2011, 2012. P.8

14 Département de l'intérieur et de la mobilité. *Évolution du trafic vélo depuis 1987*. Genève : Les comptages vélos 2011, 2012. P.40

15 OFS. *Déplacements à pied et à vélo*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P. 53

10'000 CHF et le ménage est généralement composé de quatre membre ou plus. L'étude a révélé que les ménages roulant à vélo ne possèdent pas de voiture ou en possèdent une disponible sur demande.

Il convient de ne pas se fier totalement à l'étude réalisée. Il est difficile de dresser un profil type du cycliste pendulaire, car le profil utilisateur est en constante évolution. L'utilisation du vélo a depuis peu retrouvé une image sociale véhiculant auprès des jeunes une nouvelle tendance « vintage » qui séduit de plus en plus de jeunes adultes.

Selon moi, l'usager du vélo a plusieurs profils types, tels que:

- Les personnes impliquées : ces personnes utilisent leur vélo tous les jours de l'année et par tous les temps. Car ce mode de transport est à la fois rapide, peu onéreux, écologique et sportif.
- Les personnes moins impliquées : utilisent leur vélo occasionnellement tels que lors de journées ensoleillées. Le reste du temps, elles utilisent un autre moyen de transport.
- Les personnes peu impliquées : acquièrent un vélo uniquement pour leur conscience écologique et pour pouvoir se dire qu'elles ont agit quelques fois pendant l'année, sans jamais l'utiliser quotidiennement.
- Les personnes loisirs : achètent un vélo pour les loisirs afin d'en profiter plutôt le week-end en famille.

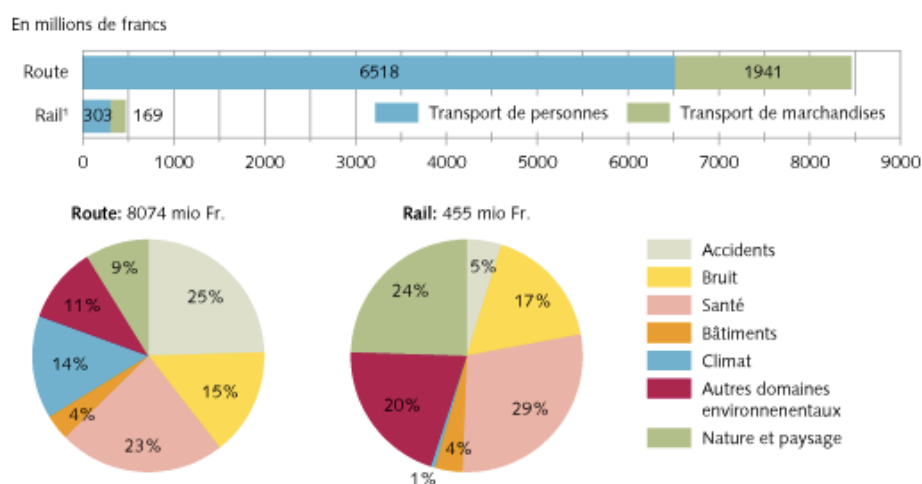
2.2 Les bénéfices du vélo

En 2009, l'Office fédéral du développement territorial (ARE) a estimé les coûts externes des transports à environ 9,0 milliards de francs dont 8,5 milliards pour le trafic routier et 0,5 milliard pour le trafic ferroviaire.

Ces coûts sont dits externes car ils ne sont pas pris en charge par ceux qui les occasionnent, soit les automobilistes, mais sont supportés par des tiers. Lorsqu'ils choisissent un moyen de transport, les usagers prennent en charge essentiellement les coûts liés au véhicule, tels que l'acquisition, l'entretien et son utilisation, ainsi que des coûts d'infrastructure (construction et entretien des réseaux routier et ferroviaire). Alors que les transports englobent d'autres coûts, qu'on appelle les coûts externes : atteintes à la santé et à l'environnement, dommages aux bâtiments et dépréciation.

Figure 3

Les coûts externes du trafic routier et ferroviaire, 2009



Source : Office de la statistiques (2013, p. 80)

Comme nous pouvons l'observer ci-dessus (camembert de gauche) plusieurs facteurs peuvent être invoqués pour expliquer les coûts externes générés par les transports individuels motorisés :

En première position, avant même les atteintes à la santé, les accidents de la route représentent la principale source des coûts externes dans le trafic routier. Ils s'élèvent à 2,1 mia de francs ; des coûts qui ne sont pas totalement pris en charge par les systèmes d'assurances, par exemple la souffrance due à la perte d'un proche ou des lésions corporelles.

Ensuite, on trouve les atteintes à la santé résultant de la pollution de l'air. Les coûts s'élèvent à 1,9 mia de francs. Le trafic routier constitue une source importante de pollution atmosphérique. Les transports individuels motorisés libèrent dans l'air de grandes quantités de particules fines nocives liées au carburant et au frottement des pneus sur la route. L'exposition à ces particules fines porte dangereusement atteinte à l'état de santé de la population à travers des maladies des voies respiratoires et cardiovasculaires entraînant des hospitalisations et des décès prématurés.

Plusieurs communes qui contournent l'agglomération genevoise telles que Meyrin, Thônex et la ville de Genève sont actuellement non conformes aux valeurs limites fédérales ; elles sont particulièrement chargées en particules fines et micropolluants. Ceci n'est pas le fruit du hasard, ces communes sont traversées tous les jours par des automobilistes pendulaires qui se rendent dans l'agglomération pour leur activité économique causant ainsi un risque potentiel pour les personnes à la santé fragile et asthmatiques de détériorer leur santé et provoquer des thromboses.

Puis, le bruit¹⁶ dont la principale source est de loin la circulation routière, suivie des chemins de fer et de l'aviation, a lui aussi un effet néfaste sur la santé de la population. En 2009, plus de 1,3 million de personnes ont été atteintes par un bruit excessif supérieur à la limite légale pendant la journée et le soir (700'000 personnes pendant la nuit principalement aux heures de pointe lorsque transitent les pendulaires), ce qui leur a causé des problèmes de santé graves, tels que des troubles du sommeil et de l'anxiété qui entraînent des arrêts de travail. Les nuisances sonores coûtent chaque année 1,3 mia de francs, dont 90% représentent des pertes de valeur immobilière¹⁷. En effet, le marché immobilier démontre que les biens immobiliers situés dans des zones soumises à un fort trafic se louent ou se vendent nettement en-dessous du prix du marché, respectivement à ceux situés en zones résidentielles et en zones 30 km/h¹⁸.

16 Le bruit se définit comme un son qui est ressenti comme désagréable ou gênant. Il peut varier en fréquence, en amplitude et en durée. Le niveau d'intensité sonore est exprimé en dB(A). (http://www.actu-environnement.com/ae/dictionnaire_environnement/definition/bruit.php4)

17 <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/11/06/blank/02.html>, consulté le 5 avril

18 Les zones résidentielles et les zones 30, sont des zones où la vitesse est limitée à 30km/h, elles visent à réduire toutes nuisances liées au trafic de transit et ainsi améliorer la qualité de vie des habitants. (<http://www.ville-geneve.ch/themes/mobilite/voitures-motos/zones-20-30/zones-30/>)

Enfin, les émissions de gaz à effet de serre¹⁹ sont la conséquence des perturbations climatiques et des dégâts provoqués aux bâtiments par la pollution de l'air. Les propriétaires sont contraints de rénover les façades et d'entreprendre des travaux de nettoyages afin de limiter la perte de valeur de leur bien immobilier.

Au vu de ces quelques statistiques, les avantages du vélo comme moyen de transport sont indéniables par rapport aux TIM. Rouler à vélo contribue fortement à réduire les nuisances. :

« (...) le vélo se limite à un peu d'huile pour ses pièces mécaniques, du caoutchouc pour ses pneus et freins, des matières premières et de l'énergie pour sa construction et aussi son utilisation des routes et infrastructures spécifiques. Mais l'impact sur l'environnement est vraiment faible au regard du service qu'il rend ! »²⁰.

Néanmoins, le vélo comporte certains inconvénients tels que : la dangerosité du trafic, les mauvaises conditions météorologiques, la facilité de vol ou bien encore la limitation des vitesses à parcourir.

Malgré ces points négatifs, il est indéniable que se déplacer à vélo permet d'entretenir la santé et le système cardiovasculaire. En effet, une activité physique régulière est fortement conseillée et recommandée par l'OMS (Organisation mondiale de la santé). De plus, il a été démontré que l'utilisation du vélo joue un rôle déterminant sur la diminution des effets négatifs causés par le stress et sur la sensation de fatigue lors des déplacements motorisés.

Pour finir, ces avantages permettent au vélo de se positionner comme une véritable alternative aux TIM. Il est vrai que le vélo permet de répondre à une part importante des besoins de déplacement en consommant un minimum de ressources environnementales, spatiales et financières. Les bienfaits du vélo pour la santé et pour l'environnement sont des arguments majeurs dans toute action de promotion du vélo.

19 Les gaz à effet de serre sont les gaz qui participent à l'effet de serre (le plus connu le CO₂). Ces gaz sont à l'origine du réchauffement climatique. (<http://www.futura-sciences.com/magazines/environnement/infos/dico/d/climatologie-gaz-effet-serre-5381/>)

20 <http://www.energie-environnement.ch/transports-et-mobilite/velo-et-velo-electrique>, consulté le 5 avril

2.3 Menaces et opportunités du réseau cyclable

Pour conclure mon analyse du réseau cyclable, j'ai choisi de faire une analyse SWOT. Je souligne le fait que pour la réalisation d'une analyse SWOT, nous devons prendre en compte les forces, les faiblesses, les opportunités ainsi que les menaces. Par choix stratégique, j'ai choisi de mettre en avant uniquement les menaces et opportunités de l'environnement qui peuvent avoir une influence sur l'utilisation du vélo.

Tableau 1

SWOT menaces et opportunités de l'environnement

Menaces	Opportunités
<p>Mauvais a priori du vélo :</p> <p>Le vélo souffre d'un important déficit d'image en termes de sécurité.</p> <p>Augmentation du nombre de vols de vélo :</p> <p>A Genève, ce sont plus de huit vélos par jour qui ont été volés en 2011, soit 2'832 par an²¹. Un chiffre considérable qui dissuade les cyclistes de se déplacer avec un vélo moderne et les non-cyclistes à investir dans un vélo. En outre, ces chiffres minimaux ne tiennent pas compte des vols non déclarés, ni des vols de pièces détachées.</p> <p>Réseau mal respecté par les autres modes de transports :</p> <p>Une étude menée par l'Observatoire Universitaire de la mobilité (OUM) affirme que 20 à 30% des utilisateurs des aménagements cyclables sont des deux-roues motorisés²². Cette cohabitation constitue un des principaux obstacles à la pratique du vélo.</p>	<p>Croissance du trafic cycliste à Genève :</p> <p>(cf figure 1)</p> <p>Incitation financière :</p> <p>La Ville de Genève en collaboration avec les communes offre à ses habitants une subvention cantonale allant de CHF 250 à 500 à l'achat d'un vélo à assistance électrique.</p> <p>Prise de conscience des autorités publiques :</p> <p>Les voies cyclables sont dorénavant prises en compte dans les nouveaux projets d'infrastructures de mobilité, telles que le CEVA. Dans la loi, le premier Plan Directeur de mobilité douce a été accepté : on attribuera à l'avenir l'égalité de traitement aux TIM et aux TPG.</p> <p>Augmentation de la population et demande croissante de mobilité à Genève :</p> <p>D'après des pronostics pour 2030, la demande des habitants en termes de mobilité va augmenter au vu de l'augmentation de la population et des emplois. Une vraie problématique pour Genève qui connaît déjà un trafic proche de la saturation²³.</p>

21 BERLIE, Nicolas. *Mobilité douce, dur réveil*. Genève : Mieux choisir, 2013

22 Département de l'intérieur et de la mobilité. *L'utilisation des aménagements cyclables*. Genève : Les comptages vélos 2011, 2012. P.34

23 Département de l'intérieur, de la mobilité et de l'environnement. *Explosion des demandes de mobilité*. Genève : Mobilités 2030, 2013. P.21

<p>Les conditions météorologiques :</p> <p>L'utilisation du vélo est plus importante en période estivale qu'en période hivernale car les conditions météorologiques sont plus agréables. De ce fait, être exposé aux intempéries représente l'obstacle le plus important pour prendre le vélo.</p> <p>Le statut professionnel :</p> <p>La tenue vestimentaire représente un frein à l'utilisation du vélo, avec plus de 90% de la population travaillant dans le secteur tertiaire. L'utilisation du vélo est ainsi presque perçue comme incompatible face au dresscode imposé dans certaines professions du secteur.</p>	<p>Baisse des détenteurs de permis chez les 18 à 25 ans :</p> <p>Depuis 1994, le nombre de titulaires du permis de conduire a fortement baissé chez les 18 à 25 ans : il est passé de 71% en 1994 à 59% en 2010. « La possession d'une voiture est devenue trop onéreuse pour les jeunes. Elle les fait beaucoup moins rêver que ma génération (...) ». (Kaufmann, 2013, p.17)</p> <p>Changements des mentalités et des attitudes :</p> <p>En vingt ans, les habitudes des déplacements des Genevois se sont transformées. En 2010, la plus grande partie des distances journalières par personne sont toujours parcourues en voiture. Mais par rapport à 1994, l'image de l'automobile s'est considérablement dégradée à Genève cédant son succès aux transports publics et au vélo²⁴. De plus, il a été constaté que depuis 2005, la part des ménages sans voiture dans le canton a légèrement augmenté (19% en 2005, 21% en 2010).</p> <p>Augmentation du prix du carburant :</p> <p>Une hausse de 0,15 centimes par litre est prévue²⁵. Ce qui peut provoquer un changement de la part d'une partie de la population qui n'a plus les moyens de se déplacer en voiture.</p>
---	--

Genèveroule doit impérativement pallier aux différentes menaces mentionnées ci-dessus si elle souhaite améliorer l'image du vélo ainsi que celle de l'association. De plus, le futur projet de Genèveroule soit le vélo en libre service, représentera une force pour l'association étant donné qu'elle lui permettra de tirer avantage d'une ou plusieurs opportunités telles que les changements de mentalités et des attitudes en terme de transport.

24 OFS. *Evolution des transports et modifications du comportement*. Neuchâtel : La mobilité en Suisse, 2012. P 88 à 89.

25 <http://www.rts.ch/video/info/journal-19h30/5026370-augmentation-du-prix-de-l-essence-l-avis-des-consommateurs.html>, consulté le 27 juin

3. Approche analytique

3.1 Etude qualitative

Après avoir analysé la mobilité douce à Genève à travers le réseau cyclable, j'ai voulu réaliser une étude qualitative. L'objectif de celle-ci est de clarifier le sujet de recherche afin de compléter les informations documentaires récoltées. Pour ce faire, j'ai rencontré M. Giorgio Giovannini, associé Directeur de Mobilité sàrl²⁶, qui se déplace quotidiennement à vélo et qui connaît également l'association Genève-roule. Il a pour activité d'élaborer des plans de mobilité d'entreprise visant à proposer en premier lieu aux employés des modes de transport alternatifs à la voiture privée pour leurs déplacements pendulaires et professionnels. La mission de Mobilité sàrl consiste à optimiser les déplacements des collaborateurs et à provoquer un changement de comportement chez l'automobiliste vers un autre type de transport que celui de la voiture.

Lors de mon entretien avec M. Giovannini, notre discussion a principalement porté sur les sujets suivants : l'usage du vélo à Genève, l'association Genève-roule et le projet VLS. Je voulais obtenir son point de vue sur ces trois thèmes, au cœur même de mon travail de Bachelor.

Il résulte de mon entretien avec M. Giovannini, cycliste pendulaire depuis de nombreuses années déjà, un constat satisfaisant quant au réseau cyclable : des améliorations ont été apportées depuis quelques années, en termes d'aménagements de bandes et pistes cyclables, ainsi qu'une réelle volonté de la part des communes et de l'Etat d'offrir de nouvelles infrastructures aux cyclistes. Selon lui, Genève devient petit à petit une ville cyclable, charmant de plus en plus d'usagers qui ont trouvé dans le vélo de nombreux avantages que la voiture n'offre pas. Cependant, il est conscient que le vélo reste pour certains, un type de transport dangereux et non approprié aux déplacements professionnels. Selon lui, le meilleur moyen de désamorcer ces a priori est de valoriser l'utilisation du vélo par son expérimentation concrète à travers des ateliers ou des prêts de vélos, mais aussi par des incitations financières.

En ce qui concerne sa perception et l'image de Genève-roule (à la fois de son propre point de vue et des échos qu'il aurait eus), M. Giovannini considère que

²⁶ <http://www.mobilidee.ch/fr/solutions/entreprises.html>

l'une des grandes forces de Genèvevelo est son monopole sur le canton de Genève et son positionnement bien ancré. En effet, l'association ne connaît pas de concurrent direct. Elle est connue de la population genevoise pour sa location et son prêt de vélos gratuit. Quant aux entreprises, beaucoup font appel à ses services de mobilité d'entreprise, pour lesquels elle fournit une gamme de vélos ainsi qu'un service d'entretien et de réparations. D'ailleurs, Genèvevelo est un des partenaires de Mobilidée sàrl ; l'association apparaît sur ses diagnostics de mobilité douce soumis aux entreprises. Il déclare néanmoins que Genèvevelo a encore quelques progrès à faire quant à son image. Etant donné qu'elle a pour activité parallèle l'insertion socioprofessionnelle, il arrive qu'en voulant louer ou faire un prêt de vélos, le dialogue avec les collaborateurs peut s'avérer compliqué, étant donné que la plupart ne parle pas très bien le français, affaiblissant ainsi la qualité et l'image du service. A cela s'ajoute un problème d'identité. Le service de location et de prêts de vélos ne s'adresse pas selon lui à la population genevoise pendulaire comme désiré mais plutôt aux touristes et à quelques résidents, soit une location occasionnelle. Ainsi, Genèvevelo connaît un problème de notoriété et d'image qu'il faut impérativement améliorer.

Ce discours m'a donc amenée à ma dernière question : Pensez-vous que Genèvevelo étant l'acteur clé quant à la gestion opérationnelle du VLS puisse être bien vu alors qu'elle s'occupe déjà de plusieurs activités ? D'après M. Giovannini, le VLS permettrait à Genèvevelo d'augmenter sa notoriété d'une part et d'autre part d'améliorer son identité puisque qu'avec ce projet elle pourrait dorénavant toucher un vaste public : les pendulaires, les résidents et les touristes. Ainsi, selon lui, intégrer le VLS aux activités de Genèvevelo serait totalement bénéfique, il s'agit d'une opportunité qu'elle aurait tort de refuser. D'un autre côté, si le VLS est intégré dans les activités de Genèvevelo, c'est toute sa gestion opérationnelle qui change et d'après M.Giovannini certaines personnes ne souhaitent pas que Genèvevelo perde certaines de ses activités. Soutenue par la Ville de Genève et l'Etat de Genève (soutien financier) la préférence va à la forme actuelle de Genèvevelo, soit un acteur fondamental du vélo à Genève.

En conclusion, le VLS serait effectivement la source d'un chamboulement au sein des activités actuelles de Genèvevelo, mais représenterait une solution à ses problèmes de notoriété et d'image. La population genevoise serait comme souhaité la cible principale et la promotion du vélo prendrait plus d'ampleur.

3.2 Etude quantitative

Une fois mon entretien qualitatif réalisé, il me fallait créer cette fois-ci un questionnaire quantitatif ; le but de mon étude de marché étant de mesurer la notoriété et l'image de Genèveroule par le grand public, soit Monsieur et Madame tout le monde.

Avant d'élaborer ce questionnaire, il était important de définir ce qu'il convenait d'évaluer, la nature des informations à recueillir et le mode de collecte.

Dans le cas présent, l'étude a porté sur les points suivants :

- La perception par la population de Genèveroule et son image ;
- L'intérêt potentiel du projet VLS ;
- La perception du vélo.

Une fois les objectifs identifiés, il a fallu déterminer quelles étaient les informations importantes à recueillir. Voici celles que j'ai retenues :

- La notoriété de Genèveroule (comment elle est perçue par la population), le motif et la fréquence de location, les attentes et les freins à la location ;
- L'analyse de l'offre, est-ce que les clients sont satisfaits de la qualité des services de Genèveroule, auraient-ils des attentes spécifiques ou des améliorations à suggérer ;
- Le profil sociologique des personnes ayant déjà loué un vélo, mais aussi des clients potentiels (âge, sexe, profession, etc.) ;
- Les opinions des sondés quant au projet du VLS : sont-ils favorables ou au contraire défavorables et en connaître leurs raisons ;
- Analyser comment le vélo est perçu, est-ce que les sondés seraient prêts à changer leur mode de transport habituel au profit du vélo.

3.2.1 La cible de l'étude

Afin d'avoir une vision qui soit la plus objective possible, il fallait que mon sondage touche un maximum de personnes (connaissant ou non l'association Genèveroule) dans le but d'identifier les attentes et les freins de chaque type et d'obtenir ainsi un échantillon représentatif.

3.2.2 L'échantillon

Pour des raisons de temps et de coût²⁷, le choix de mon échantillon s'est porté sur toute personne disposée à répondre à ce questionnaire. Dans le laps de temps où j'ai laissé mon questionnaire en ligne, j'ai recueilli 123 réponses. Cependant, la taille d'un échantillon requis pour une telle enquête aurait du être, selon mon calcul, de 384 personnes²⁸.

3.2.3 La méthode

Pour pouvoir toucher le plus grand nombre de personnes, Internet s'avère être pour moi le meilleur outil. C'est pourquoi mon questionnaire a été élaboré sur la plateforme de Surveymonkey²⁹. Cet outil permet de récolter les réponses en ligne et d'effectuer un traitement efficace par filtrage et recoupement des réponses, utile pour analyser mes résultats. Ensuite, j'ai diffusé le lien de mon questionnaire sur différents groupes Facebook consacrés aux deux-roues et à la mobilité douce, tels que : Genève Roule, circuler.ch, et à Oui à des vélos en libre-services à Genève, ainsi que par e-mail aux étudiants des Hautes Ecoles spécialisées.

3.2.4 Le questionnaire

Mon questionnaire a été élaboré en plusieurs parties de manière à répondre à différentes aspects de la problématique. Dans un premier temps, j'ai voulu déterminer si le sondé avait déjà loué un vélo à Genève ; si c'était le cas, plusieurs questions ont été posées autour de la location afin de connaître auprès de quel organisme, du taux de satisfaction ainsi que de son comportement (pour quel motif ? à quelle période ? quels critères ?) ; dans le cas contraire, pourquoi n'a-t-il jamais fait appel à un service de location, posséderait-il déjà son propre vélo ou n'exprime-t-il aucun intérêt à se déplacer à vélo ? Cette première question est utile pour trier dès le début de mon questionnaire les personnes connaissant potentiellement Genève-roule en mentionnant le nom de l'association à la question n°2 « Auprès de quelle(s) organisation(s) vous êtes-vous adressé ? ». Dans cette première partie, je pose des questions indirectes sans mentionner que mon travail de recherche consiste à analyser la perception et l'image de Genève-roule. Ce n'est que dans la deuxième partie de mon

27 « Il faut cependant noter qu'une enquête bien réalisée n'est quand même pas gratuite ! » (Hebeisen, 2012, slide 29)

28 Voir calcul de l'échantillon en annexe 1

29 <http://fr.surveymonkey.net/>

questionnaire que je me focalise sur l'association Genève-roule, en demandant cette fois-ci directement si le sondé connaît l'association ou non. Si c'est le cas, plusieurs questions sont posées autour de sa communication (par quel biais en a-t-il pris connaissance ?) de sa perception du service (comment définirait-il l'association ?). Dans le cas contraire, je présente l'association et je demande s'il pourrait être intéressé par le service. Dans la troisième partie, j'ai voulu connaître le comportement du sondé en termes de mobilité (quel type de transport utilise-t-il quotidiennement pour se rendre à son travail/école ?). Le but de cette troisième partie du questionnaire, est d'observer son éventuel intérêt à changer ses habitudes en termes de transports en faveur du vélo. Par la suite, dans la quatrième partie de mon questionnaire, j'aborde la mobilité d'entreprise et le vélo en libre service (VLS) dans le but d'observer dans un premier temps s'il serait intéressé à expérimenter le vélo par le biais de son entreprise ; de constater s'il est favorable à l'implantation du vélo en libre service et si ce projet pourrait l'influencer à utiliser le vélo dans ses déplacements pendulaires. Enfin, la cinquième et dernière partie sert à recueillir les informations relatives au profil des sondés. Un exemplaire du questionnaire se trouve en Annexe 2.

4. Analyse des résultats

Cette partie permettra d'identifier les points forts et faibles de l'association et servira de base pour émettre des recommandations. Ces résultats confirmeront ou non les informations déjà recueillies à travers l'étude qualitative, l'étude globale de la situation du vélo à Genève : de la perception et de l'image de Genève-roule.

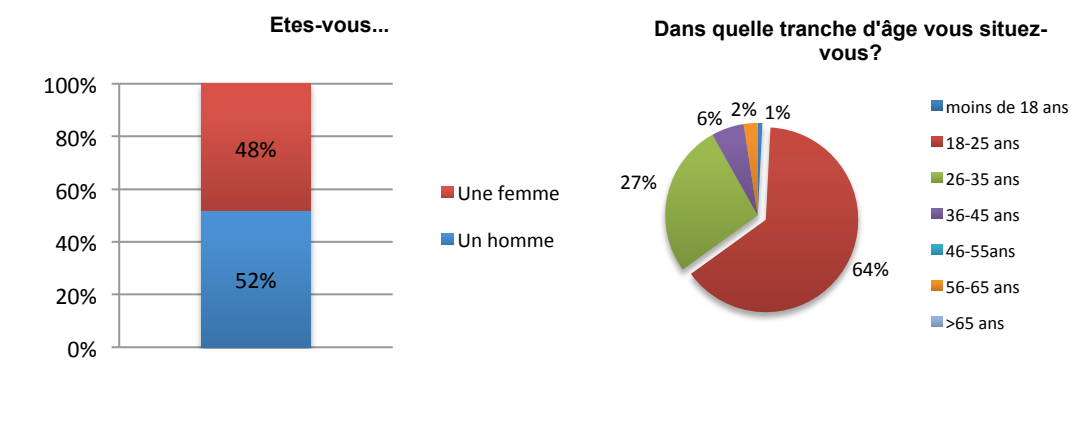
La méthode de traitement des données utilisée pour cette analyse est dite « descriptive » et consiste à résumer et synthétiser les données brutes de l'enquête en calculant des pourcentages et en croisant les informations.

4.1 Profil des sondés

Dans cette partie, je décris l'échantillon des sondés ayant participé à l'enquête selon des variables socio-démographiques (sexe et âge) et professionnelles. Je dresse également le profil des sondés ayant déjà loué un vélo et les usagers d'un vélo dans leurs déplacements pendulaires.

4.1.1 Sexe et âge

Comme on peut le constater, il y a quasiment autant de femmes que d'hommes ayant répondu au questionnaire. Plus de la moitié des sondés ont entre 18 et 25 ans, soit deux répondants sur trois, et environ un tiers entre 26 et 35 ans. On peut également observer que les personnes entre 46 et 55 ans ou de plus de 65 ans ne sont pas représentées (aucune réponse obtenue), ce qui peut biaiser les résultats de mon étude³⁰.



30 « L'erreur d'échantillonnage existe dans toute enquête, à l'exception des enquêtes par recensement (toute l'information est connue) » (Hebeisen, cours de statistiques d'enquête, 2012)

4.1.2 Profil client d'une location vélo

		A déjà loué		N'a jamais loué	
		Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
Avez-vous déjà loué un vélo?		19	15%	104	85%
Sexe	Femme	13	68%	46	44%
	Homme	6	32%	58	56%
Classe d'âge	<18 ans	0	0%	1	1%
	18-25 ans	11	58%	68	65%
	26-35 ans	7	37%	27	26%
	36-45 ans	1	5%	6	6%
	46-55 ans	0	0%	0	0%
	56-65 ans	0	0%	2	2%
	>65 ans	0	0%	0	0%
Profession	Au foyer	0	0%	0	0%
	Etudiant(e)	11	58%	70	67%
	Employé(e)	2	11%	27	26%
	Cadre	1	5%	2	2%
	Cadre supérieur(e)	0	0%	0	0%
	Indépendant (e)	0	0%	3	3%
	Retraité(e)	0	0%	0	0%
	Sans emploi	5	26%	2	2%
Possession d' un vélo	Oui	14	74%	88	85%
	Non	5	26%	16	15%

(Source : tableau Excel, enquête quantitative)

Plus de la moitié des clients sont des femmes : la plus grande part se trouve dans la catégorie d'âge des 18 à 25 ans et des 26 à 35 ans. Ces tranches d'âges représentent en majorité des étudiants suivis de loin par des personnes sans emploi; une seule personne ayant un poste à responsabilités ainsi que très peu de personnes actives ont loué un vélo. Il faut toutefois garder à l'esprit que ces résultats peuvent être biaisés par le fait que mon étude n'a pas couvert certaines catégories d'âges et que ce sont principalement des étudiants.

Par ailleurs, ceux qui n'ont jamais loué de vélo auprès d'une enseigne de location sont ceux qui en possèdent déjà un. Ce qui pourrait représenter une des raisons du profil du non-client (hypothèse vérifiée et justifiée plus loin dans l'analyse des résultats).

4.1.3 Usager au quotidien

Parmi les détenteurs de vélo (n=102), 32% se déplacent quotidiennement en vélo dont 94% en vélo classique et 6% en VAE contre 68% qui possèdent un vélo mais qui ne l'utilisent pas dans leurs déplacements pendulaires.

Si on se base sur les résultats de l'étude, l'utilisateur type est un homme âgé de 18 à 35 ans. C'est une personne active sans pour autant avoir un poste à responsabilités dont le salaire mensuel brut médian versé est d'environ CHF 5'875.- pour les personnes sans fonction d'encadrement et sans précision quant

au secteur d'activité dans lequel elles travaillent³¹. Cette personne est issue d'un ménage comptant trois membres dont deux adultes. Elle ne possède pas de voiture ou une seule pour l'ensemble du ménage.

Quant aux usagers du vélo âgés de 18 à 25 ans, la plupart sont étudiants et ne possède pas leur propre voiture. De ce fait, 15% d'entre eux représentent des personnes peu impliquées car en cas de disponibilité sur demande de la voiture, ils sont plus enclins à remplacer le vélo par la voiture.

De plus, les résultats de l'étude démontrent que la plus grande part des détenteurs de vélo ne l'utilisent pas quotidiennement (68%). Ainsi, on peut penser qu'ils ont acheté un vélo pour leur conscience écologique ou alors que le motif d'achat était uniquement à des fins de loisirs.

Par rapport à l'étude de microrecensement menée par l'OFS concernant le profil type de l'utilisateur de vélo (citée au point 2.1.2), on constate que certains points sont quasi similaires et que d'autres sont totalement différents. Ceci s'explique par la composition de l'échantillon interrogé. L'étude de l'OFS est davantage représentative de la population suisse.

31 OFS. *Position professionnelle, niveau de qualification et niveau de formation*. Genève : Vie active, emploi et rémunération du travail, 2012. P.4

4.2 Informations relatives à Genèvevroule

L'association tient particulièrement à connaître comment elle est perçue et l'image qu'elle donne au public. Cette partie est importante car elle a pour but de mesurer la notoriété de l'association. Mais aussi, de connaître la perception du public en termes de satisfaction du service et du prix de la location. Ainsi Genèvevroule pourra améliorer son image en apportant des changements sur les points ciblés.

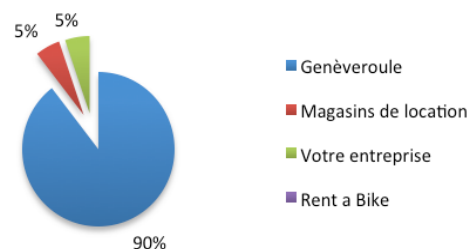
4.2.1 Notoriété

Je peux à présent mesurer la notoriété de Genèvevroule par le biais des méthodes : sectorielle et générale.

La question n°2 me permet de mesurer la notoriété sectorielle, car le sondé coche le nom de l'organisme auprès de qui il s'est adressé parmi plusieurs possibilités. Alors que dans la question n°13 je mesure la notoriété générale, en demandant directement s'il connaît l'association Genèvevroule sans qu'il ait une fois loué un vélo. Les résultats et l'interprétation ne sont donc pas les mêmes.

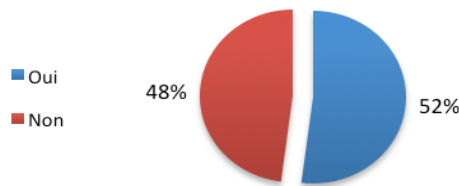
Les résultats pour la question n°2 indiquent le taux de connaissance de l'association par rapport aux éventuels concurrents : Genèvevroule détient le quasi-monopole sur le marché de la location de vélos. Parmi les 19 sondés (personnes ayant déjà loué un vélo), 90% d'entre eux mentionnent Genèvevroule et seulement 10% sont répartis entre les magasins de location et leur entreprise. Rent-a-Bike³², concurrent potentiel de Genèvevroule, est totalement méconnu du public. Ainsi, ce résultat confirme bien l'information récoltée lors de mon étude qualitative : la grande force de Genèvevroule est l'inexistence de concurrent direct.

Q2. Auprès de quelle(s) organisation(s) vous êtes-vous adressé?



³² Rent-a-Bike, grande société de location de vélo en Suisse, qui couple le train et le vélo en partenaire avec les chemins de fer (CFF) (<http://www.rentabike.ch/fr-ch/>)

Q.13 Connaissez-vous l'association Genèveroule, ne serait-ce que de nom?



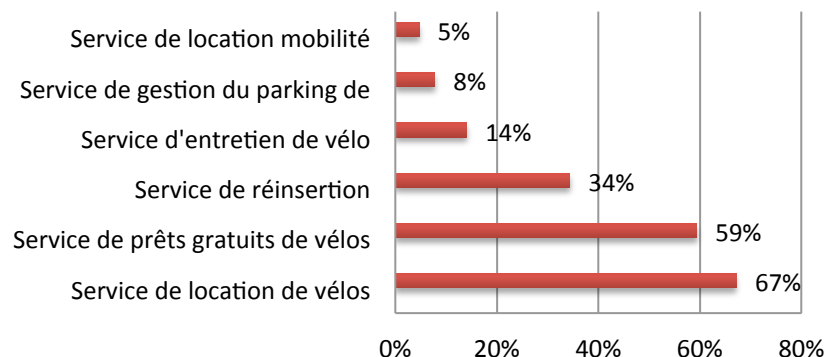
L'application de la seconde méthode qui porte sur la totalité de l'échantillon (n=123) révèle que la moitié des sondés ont déjà entendu parler de Genèveroule, sans y avoir jamais loué un vélo pour la grande majorité. Ces résultats démontrent que Genèveroule est connue d'un

grand nombre de personnes et a une grande visibilité. La méthode par notoriété générale informe sur la connaissance du nom de l'entreprise, sans toutefois garantir que les gens sachent à quel secteur l'associer. C'est pourquoi à la question n°15, je demande au sondé de décrire en quoi consiste l'association afin de mesurer sa connaissance.

4.2.2 Connaissance des activités de Genèveroule

Sur un échantillon de taille n=64 (personnes connaissant Genèveroule), l'activité la plus représentative est le service de location de vélos, suivi par le service de prêts gratuits et le service de réinsertion socioprofessionnelle. Laissant loin derrière le service d'entretien et réparations sur vélo, le service de gestion du parking de vélos et de mobilité d'entreprise qui sont quant à eux méconnus du public, preuve s'il en est d'un manque de communication autour de ces activités.

Q.15 Comment décririez-vous cette association? (choix multiples)



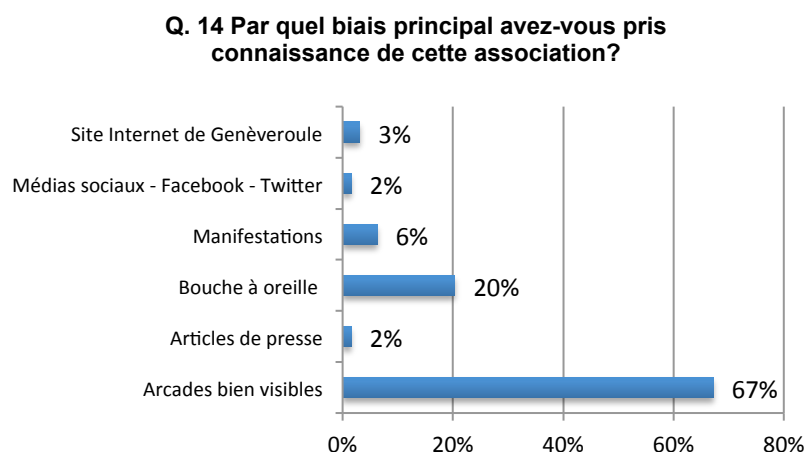
Les résultats ci-dessus prouvent que l'identité de Genèveroule n'est pas bien définie dans l'esprit du public comme indiqué dans mon enquête qualitative. Une seule et unique personne a su cocher les six activités rattachées à la gestion de Genèveroule ! Pour toutes les autres, les résultats variaient, certaines mentionnaient une à trois activités parmi les six.

Il peut paraître surprenant que le service de réinsertion socioprofessionnelle arrive seulement en troisième position. Je me suis donc posée plusieurs questions : est-ce que les sondés connaissent cette activité parce qu'ils ont déjà loué un vélo et donc sont entrés en contact avec le personnel ou alors serait-ce par un autre biais, par exemple le bouche à oreille, des articles de presse ?

Après vérification, je peux désormais confirmer que sur mes 22 sondés qui ont coché «service de réinsertion socioprofessionnelle», (12) 55% ont pris connaissance de la réinsertion socioprofessionnelle à travers la location de vélos quant au reste le bouche à oreille représente une autre des raisons. Par ailleurs, aucun n'a pris connaissance de cette activité par le biais des manifestations sur lesquelles Genève-roule a été présente, ou encore sur les réseaux sociaux (Facebook – Twitter) ou sur leur site Internet.

4.2.3 Moyens de communication utilisés

Cette question a pour but de définir si les moyens de communication utilisés par Genève-roule sont efficaces ou non.



Parmi les sondés qui connaissent Genève-roule (n=64) ne serait-ce que de nom, deux personnes sur trois (67%) ont pris connaissance de l'association grâce aux points des prêts gratuits de vélos. Confirmant ainsi que les points de location sont bien positionnés et qu'ils offrent à l'association une grande visibilité. En revanche, les résultats des autres supports tout aussi efficaces démontrent qu'ils ne sont pas bien exploités par l'association. Aujourd'hui, les médias sociaux offrent aux entreprises une certaine visibilité et un échange entre les internautes ; ils représentent un outil de communication qu'aucune entreprise ne peut se permettre de négliger. C'est la même chose pour le site Internet de l'entreprise,

qui permet d'augmenter sa visibilité, faire connaître ses activités, promouvoir ses événements et ses valeurs. Mais il faut encore savoir l'exploiter. Genèveroule possède cet outil mais il est a priori mal utilisé. Genèveroule a donc des efforts à faire en termes de communication !

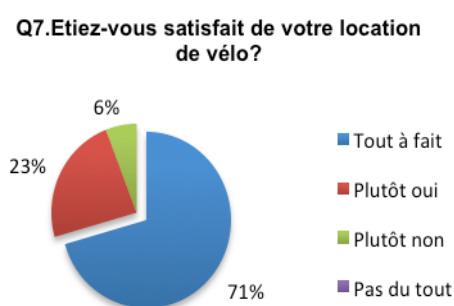
4.2.4 Qualité du service et du produit

Il est important pour toute entreprise de savoir si ses clients sont satisfaits du service et du produit proposé. D'autant plus pour une association comme Genèveroule, qui confronte des clients à des employés n'ayant pas un bon français et des compétences suffisantes pour un service de qualité. C'est pourquoi j'ai voulu connaître le taux de satisfaction et vérifier si la qualité du service pourrait représenter une réelle faiblesse de Genèveroule, hypothèse émise lors de mon étude qualitative (cf. point 3.1).

Comme nous pouvons l'observer, 94% sont des commentaires positifs et 6% des commentaires négatifs. Précisions, que sur les dix-sept personnes composant notre échantillonnage, deux faisaient partie des concurrents. De ce fait, j'ai voulu connaître avec la question n°8 les

suggestions d'améliorations de ceux qui étaient peu satisfaits du service ou du produit, mais aucune suggestion n'a été fournie. Il en découle que Genèveroule offre à ses clients un service de qualité. Pour démontrer une fois encore que le service délivré par Genèveroule est de qualité, je me suis intéressée au nombre de clients qui étaient revenus louer un vélo après leur première visite dans l'une des arcades. Les résultats obtenus montre que 53% (9) des clients sont revenus pour une nouvelle location ou prêt de vélo gratuit, contre 47% (8) qui n'ont loué qu'une seule fois un vélo. La différence n'est pas énorme, Genèveroule arrive à fidéliser la moitié de ses clients alors que l'autre moitié sont des clients perdus. Un point sur lequel Genèveroule doit travailler, car il est plus facile de conquérir de nouveaux clients que de les fidéliser.

Il y a sans doute une explication raisonnable à cela, c'est que la grande majorité des clients loue un vélo occasionnellement pour se divertir entre amis ou sortir en famille, hypothèse vérifiée plus loin dans l'analyse (cf. point 4.3.1) et ne

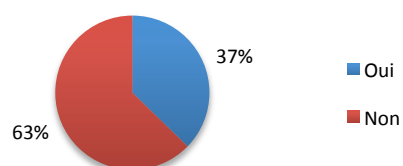


reviennent pas forcément à cause d'un service ou d'un produit dont la qualité laisse plutôt à désirer.

4.2.5 Perception du prix

Pour ceux qui ne connaissaient pas l'association Genèveroule et qui n'avaient jamais loué avant un vélo (sauf deux sondés auprès d'autres concurrents) j'ai voulu connaître leur intérêt vis-à-vis du service de Genèveroule après leur avoir présenté à quel secteur elle se rattachait et quelles prestations elle offrait au public. Je leur ai demandé s'ils seraient intéressés à louer un vélo auprès de cette association.

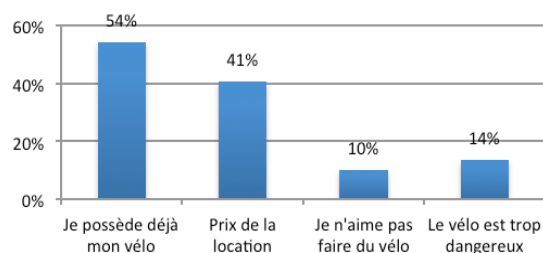
Q.16 Pourriez-vous être intéressé à louer un vélo auprès de cette association?



Sur les 59 sondés, plus d'une personne sur deux a répondu ne pas être intéressée par le service proposé (63%), contre seulement 37% qui seraient intéressés par ce service.

J'ai alors voulu connaître les raisons de ce refus. La première raison est qu'ils possèdent déjà leur propre vélo et n'éprouvent donc pas le besoin d'en louer un autre auprès de l'association ; la deuxième raison avec un important pourcentage est le prix de la location. De ce fait, le prix représente un élément déterminant dans le processus de location d'un vélo. En comparant les prix proposés par Genèveroule et ses concurrents, ses tarifs sont moins élevés. Par exemple, chez Rent-a-Bike, pour bénéficier d'un vélo de ville pour une journée, il faut déboursier CHF 27.- alors que chez Genèveroule le prix est de CHF 12.-, soit plus du double du prix. Bien que le prix demandé par l'association soit relativement bas, n'oublions pas que nos sondés représentent essentiellement des étudiants qui ne participent pas forcément au monde du travail.

Q18. Pour quelles raisons? (Choix multiples)

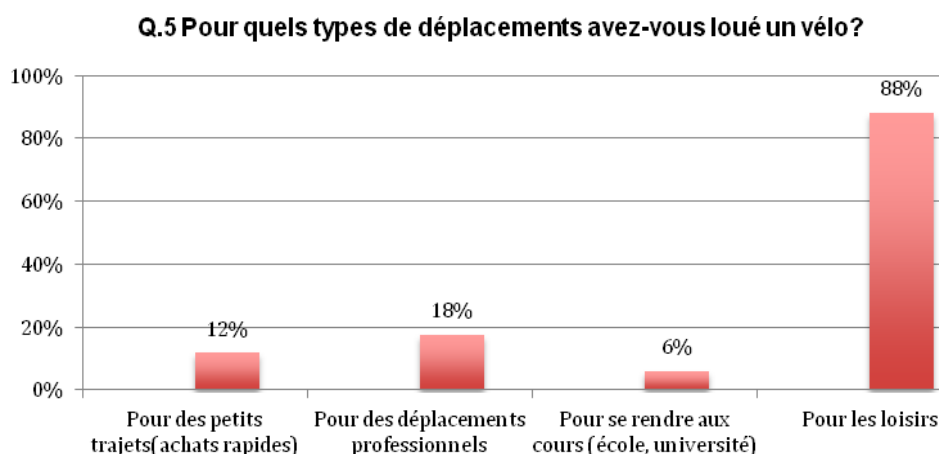


4.3 Habitudes du consommateur

L'objectif de cette partie est de comprendre le mieux possible les habitudes des consommateurs, soit les personnes ayant déjà loué un vélo ne serait-ce qu'une fois auprès de l'association (n=17). Ces informations seront utiles pour Genèveroule, qui connaîtra à présent les motifs de location, ainsi que les critères de locations auxquels le consommateur peut être attentif. Ainsi, elle pourra ajouter de nouvelles prestations à son service selon les attentes définies ou la volonté du client.

4.3.1 Types de déplacements

Le graphique ci-dessous montre que pour la grande majorité, les loisirs représentent de loin le motif principal d'une location. Les déplacements professionnels quant à eux sont bien plus loin. Ainsi, nous pouvons conclure d'après les motifs de locations que les clients louent occasionnellement un vélo. Seuls les déplacements professionnels et universitaires pourraient représenter une location quotidienne.

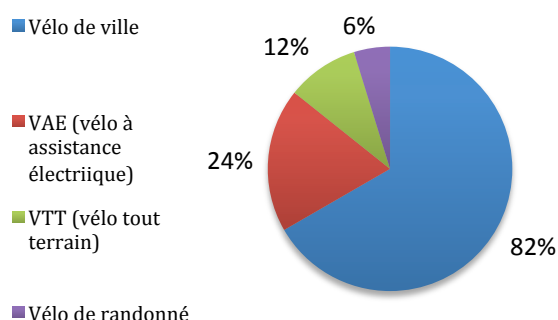


Ce qui renforce à nouveau l'idée que Genèveroule connaît un problème d'identité ; par le biais des locations elle permet certes l'expérimentation du vélo, mais elle ne garantit en rien la promotion de la mobilité douce dans les déplacements quotidiens étant donné que la grande majorité des locations sont occasionnelles. Un point pour lequel le VLS pourrait apporter une solution en touchant les deux axes : le trafic de loisirs et le trafic pendulaire.

4.3.2 Types de vélos loués et accessoires

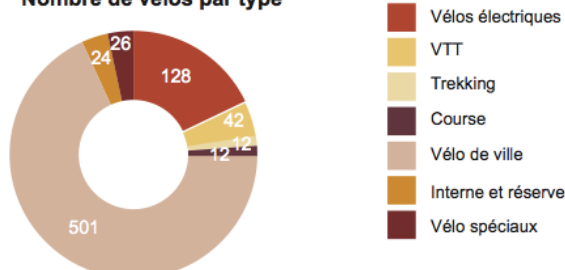
Comme on peut l'observer, il n'y a pas de demande vraiment spécifique, le vélo de ville reste largement le plus utilisé, certainement parce que c'est le seul dont les prêts sont gratuits et comme mentionné ci-dessus le motif principal de location est celui du loisir où 4 heures (nombre d'heures offertes) de ballade peuvent suffire.

Q6. Quel type de vélo avez-vous loué?



J'ai voulu vérifier si Genèveroule répondait parfaitement à la demande des utilisateurs en termes de flotte de vélos.

Nombre de vélos par type*



Source : rapport d'activité (2012, P.5)

De ce fait, je me suis reportée au rapport d'activité 2012 et comme nous pouvons le constater, le nombre de vélos par type répond largement à la demande.

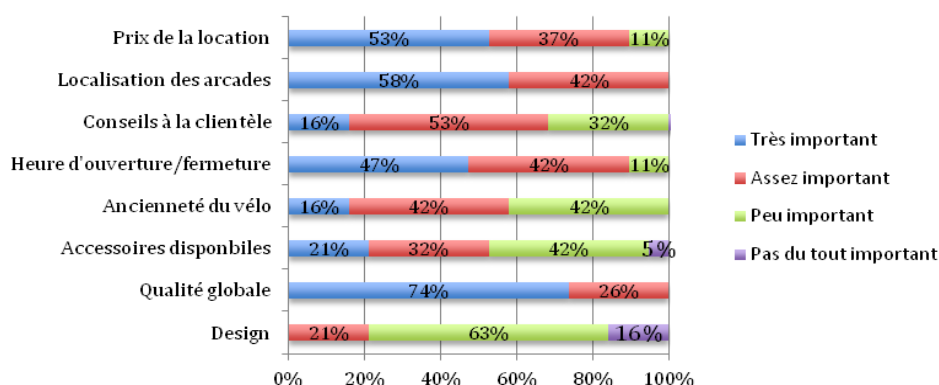
Q.12 Quel(s) accessoire(s) souhaiteriez-vous pouvoir ajouter sur votre vélo de location? (choix multiples)		
Des clignotants	11%	propose pas
Ecarteur de danger	5%	propose pas
Gilet jaune	5%	propose pas
Panier à provision à l'avant	32%	propose pas
Remorque à l'arrière	5%	propose déjà
Rétroviseurs	16%	propose pas
Sacoche pour bien personnel	11%	propose pas
Un casque	21%	propose déjà
Un cyclomètre (GPS)	11%	propose pas
Un porte bouteille	11%	propose pas
Un support I-phone	16%	propose pas

Quant aux types d'accessoires auxquels les utilisateurs souhaiteraient avoir accès, beaucoup d'entre eux ne sont pas proposés par Genèveroule, ce qui pourrait être à l'avenir une nouvelle prestation à ajouter à son service de location et de prêts.

4.3.3 Critères de location

Genèveroule sait à présent sur quels points elle doit à tout prix porter sa meilleure attention pour donner entière satisfaction à ses utilisateurs. Comme on peut l'observer, certains critères sont réellement importants aux yeux des clients : la qualité globale du vélo (freins, cadre, roue) et la localisation des arcades à vélo atteignent tous les deux les 100% d'importance, suivis de près par le prix de la location. Autres points importants, les heures d'ouverture/fermeture puis plus loin le conseil à la clientèle. Genèveroule répond parfaitement aux critères de location des sondés. A titre d'exemple, elle vient d'ouvrir sa septième arcade à Meyrin dans le but de desservir au mieux le plateau lémanique. De plus, en été, il est possible de louer ou emprunter un vélo 7/7 jours, de 8h à 21h aux arcades de Montbrillant et Terrassière. Seul point à améliorer, le conseil à la clientèle. Il est vrai qu'une fois le vélo loué aucune indication n'est donnée (selon mon expérience personnelle).

Q.10 Lorsque vous louez un vélo quelle est l'importance des critères suivants?

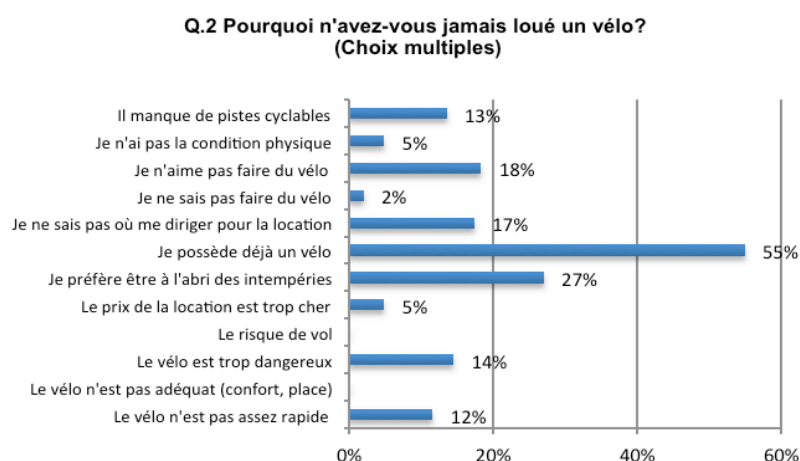


4.4 Représentations négatives du vélo

Cette partie a pour but d'analyser la perception du vélo que peut avoir le sondé. Par ce biais, Genèveroule peut connaître quels sont les freins à l'utilisation de ses services et éventuellement tenter de changer ces a priori en mettant en avant les bienfaits du vélo. Ainsi, elle revalorisera son image. D'autre part, de prendre connaissances de leurs habitudes en termes de transports et de mesurer les intérêts ou non à changer leurs habitudes pour le vélo.

4.4.1 Freins à l'utilisation et à la location du vélo

J'ai demandé aux personnes ne souhaitant pas louer un vélo d'indiquer les raisons de leurs choix.

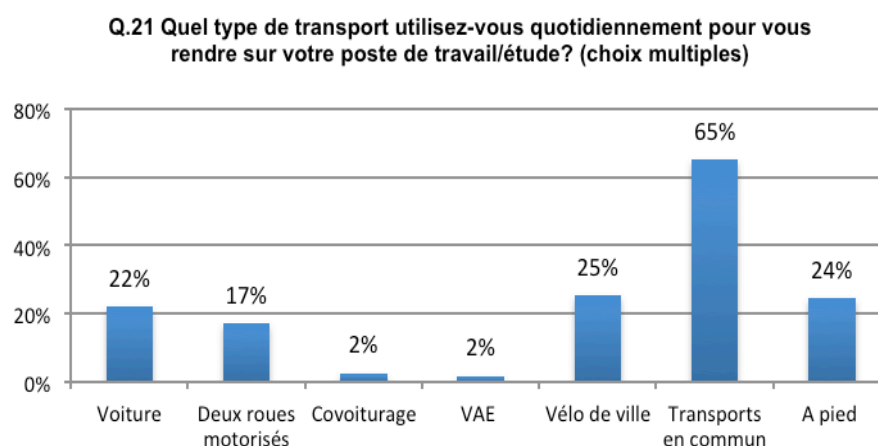


L'inconvénient majeur pour les répondants réside dans la possession de son propre vélo. Un point qui a déjà été relevé précédemment dans le profil type du client (cf. point 4.1.2) comme un frein essentiel à la location de vélo. Ensuite, une personne sur cinq (23%) a mentionné le fait d'être exposé aux intempéries (pluie, vent, neige) comme second frein à l'utilisation du vélo. Un facteur sur lequel Genèveroule n'a aucune influence. Ce résultat confirme l'analyse SWOT effectuée précédemment, qui avançait que l'utilisation du vélo présentait des défauts, tels que les conditions météorologiques. Par contre, sur certains critères, Genèveroule a les moyens de pallier les défauts suivants : « je n'aime pas faire du vélo », « je ne sais pas où me diriger », « le vélo est trop dangereux », « il manque de pistes cyclables » et « le vélo n'est pas assez rapide » : Genèveroule pourrait, à travers une bonne communication, changer cette perception d'anciens ou non-usagers de vélos dans le but de les

remobiliser pour le vélo. En outre, le risque de vol et le confort n'ont pas été évoqués.

4.4.2 Pratiques des pendulaires

Pour connaître le taux des personnes qui utilisaient le vélo dans leurs déplacements pendulaires, c'est-à-dire sur les trajets du type « domicile-travail », j'ai demandé aux sondés d'indiquer avec quel mode de locomotion ils se rendaient au travail ou à leur formation.



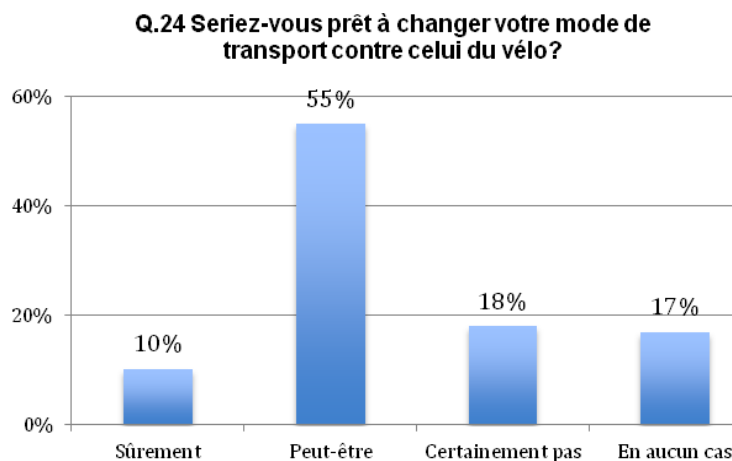
Parmi les 123 personnes qui ont répondu, deux sur trois se rendent sur le lieu de travail/formation avec les transports en commun (TPG et/ou train) (65%), deux sur cinq utilisent un TIM (41%), un peu moins d'un tiers en voiture en tant que conducteur-trice (22%). Le vélo de ville arrive en troisième position avec 25%, suivi de très près à 24% par les piétons.

Comme on peut interpréter les résultats ci-dessus, la majorité de mes sondés combine plusieurs modes de transport dans un même parcours (39%) (48), ce qui démontre bien l'intermodalité des modes de transport utilisés par la population. On peut prendre comme exemple le cas des usagers des transports en commun 15% (18) qui parcourent obligatoirement un bout à pied avant et après un arrêt des TPG ou d'une gare ou bien encore, ceux qui combinent le vélo et les transports en commun, ce qui représente 11% (14) des sondés. Dans le cadre des étudiants de la HEG, bon nombre d'entre eux prennent leur vélo jusqu'au Rondeau de Carouge puis l'entrepose afin de prendre le bus jusqu'à l'école. Les 13% (16) restants représentent la combinaison de la voiture et des transports en commun. Dans l'exemple, des personnes qui entreposent leur voiture dans un P+R pour se rendre au centre-ville avec les TPG.

En comparant mes résultats à ceux de l'étude de l'OFS et de l'ARE quant aux comportements en termes de transports des Genevois (cf. point 1.1), on constate que les deux études fournissent les mêmes résultats.

4.4.3 Changement de comportement en matière de mobilité

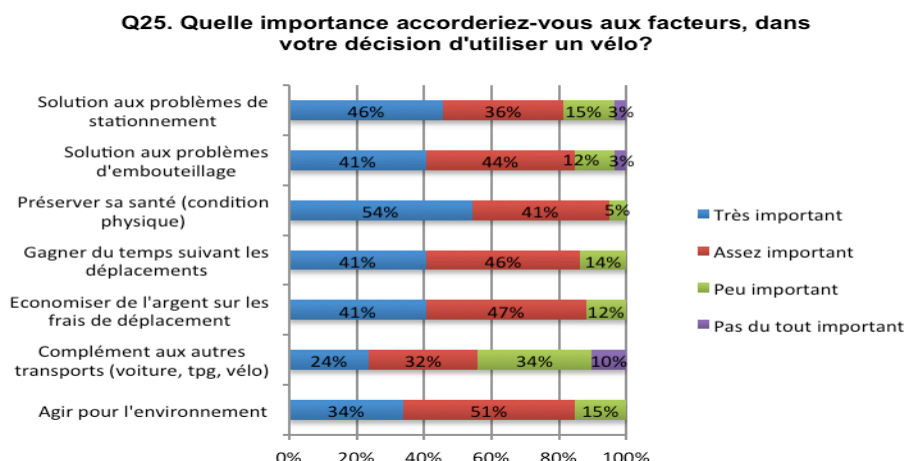
On peut observer ci-dessous que les personnes qui ne font pas usage d'un vélo (n=89), mais qui sont prêtes à changer leurs moyens de transports habituels pour ce type de transport représentent 10%. En revanche, les personnes qui seraient peut-être prêtes à changer leurs moyens de locomotion représentent 55%, soit plus de deux personnes sur trois (65%). Elles sont réceptives à un changement en termes de choix de transports une fois que les avantages du vélo leur ont été montrés alors qu'une petite minorité d'entre elles (17%) sont totalement réfractaires à un tel changement. Ce résultat confirme le fait que le vélo a le potentiel de séduire de plus en plus de personnes grâce aux avantages qu'il offre à ses usagers et qu'il y a un réel changement des mentalités et des attitudes comme énoncé dans mon analyse SWOT. D'où l'importance pour Genève-roule d'intégrer le VLS à ses services ainsi qu'une meilleure communication sur les atouts du deux roues à pédales. Grâce au VLS, le vélo pourrait séduire d'avantage d'usagers qui n'auraient certainement pas essayé voir adopté le vélo.



4.4.4 Choix du vélo

Cette question a pour but de comprendre les raisons qui pourraient pousser les répondants à utiliser le vélo quotidiennement. Les résultats seront utiles pour Genève-roule étant donné qu'elle sait à présent quels sont les axes à privilégier dans sa communication. Les sondés qui utilisent le vélo quotidiennement dans leurs déplacements et qui sont réfractaires à un changement quant à leur mode

de locomotion habituel n'ont pas été soumis à cette question, donc mon échantillon est de n= 59.



Pour l'ensemble des facteurs proposés, « Préserver sa santé », « Economiser de l'argent sur les frais de déplacement », « Gagner du temps suivant les déplacements » et « Agir pour l'environnement » représentent les facteurs les plus influents à un changement de comportement en termes de mobilité. Ces résultats confirment mon analyse des coûts externes effectuée précédemment (cf. au point 2.2.1), qui avançait que l'utilisation du vélo présentait certains avantages que les TIM ne pouvaient offrir à l'utilisateur, comme la réduction du stress et des maladies, la diminution des coûts (ni essence, ni parking, ni assurance à payer) et pas de perte de temps dans les embouteillages, le tout en préservant l'environnement !

4.4.5 Expérimentation du vélo avec la mobilité d'entreprise

La mobilité d'entreprise étant une activité de Genève-roule, j'ai voulu savoir si les sondés seraient réceptifs, si leur entreprise mettait à leur disposition une flotte de vélos afin qu'ils puissent les utiliser pour les déplacements pendant la journée de travail (visites clients, réunions, pause de midi, etc.) ainsi que pour les déplacements pendulaires. Sur la totalité des sondés (n=123) deux sondés sur trois m'ont répondu oui (65%) et 28% ont répondu non. Quant au 7% restants, ce sont des employés qui bénéficient et qui utilisent ce service.

J'ai trouvé intéressant de croiser les informations récoltées dans deux questions différentes, soit la question « Seriez-vous prêt à changer votre mode de transport habituel pour celui du vélo ? », avec « Si votre entreprise mettait à la disposition de ses employés une flotte de vélos, les utiliseriez-vous ? ».

	Q.26 Si votre entreprise mettait à la disposition de ses employés une flotte de vélos, les utiliseriez-vous?			
Q.24 Seriez-vous prêt à changer votre mode de transport habituel pour celui du vélo?	Je le fait déjà	Non	Oui	Total
Certainement pas	1%	9%	8%	18%
En aucun cas	0%	12%	4%	17%
Peut-être	2%	15%	38%	55%
Sûrement	0%	0%	10%	10%

(Source : tableau Excel, enquête quantitative)

Les résultats démontrent que ceux qui étaient réfractaires à l'idée de changer leurs habitudes en termes de transport pour celui du vélo, 12% seraient finalement tentés par l'utilisation du vélo pendant leurs heures de travail si l'employeur s'impliquait dans la mobilité d'entreprise en mettant à la disposition de ses employés une flotte de vélos afin de limiter les déplacements motorisés. Quant à ceux qui étaient déjà réceptifs à un changement, ce résultat se confirme avec 48% d'entre eux qui seraient utilisateurs d'un vélo mis à disposition par leur entreprise.

Ainsi, nous pouvons démontrer que l'expérimentation à travers un plan de mobilité est efficace pour déclencher un changement en termes de transport. Elle permet aux employés de se familiariser avec des moyens de locomotion, dans ce cas le vélo, qu'ils n'auraient peut-être jamais expérimentés sans cela.

4.5 Perception du vélo en libre service (VLS)

4.5.1 Opinion des répondants

Sur l'ensemble des sondés ($n=123$), 88% déclarent être favorables à l'implantation du VLS sur le territoire genevois contre 12% qui sont défavorables. Etant donné l'importance de cette question, j'ai effectué un test d'hypothèse à l'aide du logiciel R, afin d'obtenir des résultats plus représentatifs de la population genevoise.

Procédure du test

Paramètre d'intérêt : la proportion de personnes favorables au projet VLS à partir d'un échantillon de taille 123.

Conditions à vérifier sur la taille de l'échantillon pour faire un test de proportion :

- L'indépendance entre les données : ce qui est le cas étant donné que les sondés ont été choisis de manière aléatoire (sondage aléatoire simple) et qu'ils n'ont pas pu s'influencer car ils étaient chacun sur leur propre ordinateur.
- $n \times p \geq 5$ $123 \times (108/123) = 108$ (p = dans le cas favorable)
- $n \times (1 - p) \geq 5$ $123 \times (1 - (15/123)) = 108$ ($(1 - p)$ = dans cas défavorable)

Les deux conditions étant respectées, je peux à présent poursuivre mon test de proportion et formuler mes tests d'hypothèses à analyser :

$H_0 : p = 80\%$ (la population est favorable à hauteur de 80 % au projet)

$H_1 : p \geq 80\%$ (la population est favorable à plus de 80% au projet)

Le risque de première espèce : $\alpha = 5\%$ et le niveau de confiance à 95%. Le test est effectué à l'aide de la commande suivante :

`prop.test(108,123,p=0.8,alternative="greater")`

Voici ce que retourne R :

```
1-sample proportions test with continuity correction
data: 108 out of 123, null probability 0.8
X-squared = 4.2078, df = 1, p-value = 0.02012
alternative hypothesis: true p is greater than 0.8
95 percent confidence interval:
 0.8165864 1.0000000
sample estimates:
      p
0.8780488
```

En fonction de la p-value nous savons quelle hypothèse il faut rejeter. Ici, la p-value=(0.02012) étant plus petite que $\alpha = 5\%$, on rejette l'hypothèse nulle (H_0) avec un degré de confiance de 95%. La conclusion est qu'il y a plus de 80% de la population qui accepte le projet du VLS³³.

Ces résultats confirment que le projet du VLS est perçu positivement par le public genevois. D'où l'importance pour Genève de l'intégrer ce service à ses activités.

4.5.2 Enjeux politiques

Il y a une dimension politique derrière le projet VLS : la droite ne souhaite pas que Mme Michèle Künzler puisse se vanter de la réussite d'un tel projet. A cela s'ajoute un problème d'image de la cheffe du Département de la mobilité et de l'environnement, qui porte préjudice aux différents projets de mobilité, tels que celui du VLS :

« J'ai un évident problème d'image. Elle est écornée et sortir du rôle de bouc émissaire, responsable de tous les maux des transports, n'est pas chose évidente (...) Malheureusement, je fais également l'objet d'une guérilla absurde de la part du Grand Conseil qui renvoie en commission la plupart de mes projets où ils sont acceptés et à nouveau refusés en plénière... J'ai même vu la droite refuser le même jour la construction d'un parking à la Jonction, bloquant au passage des logements, et accepter ensuite des pétitions du même quartier demandant des places de parc. Allez comprendre! » (BUDRY Eric, TDG, 2013).

De ce fait, j'ai trouvé intéressant de croiser les informations fournies par les deux questions suivantes : « Êtes-vous favorable à l'implantation du VLS à Genève ? » avec « Comment définiriez-vous votre positionnement politique ? ».

33 VARONE, Sacha. *Tests paramétriques*. Cours de statistiques de 2ème année, 2012. Slides.120 à 122

Avec ces résultats, j'ai voulu tester l'indépendance entre l'acceptation du projet ou son refus avec le positionnement politique des sondés.

	Opinion des répondants sur le VLS		
Positionnement politique	Non	Oui	Total
Centre	5%	41%	46%
Droite	5%	23%	28%
Gauche	2%	24%	26%
Total	12%	88%	100%

(Source : tableau Excel, enquête quantitative)

En observant le tableau, nous pouvons constater que 41% des sondés favorables au projet se sont positionnés au centre, ce qui complique mon analyse qui consiste à déterminer si leur positionnement politique influence leur opinion. Serait-ce peut-être parce que plus de la moitié des sondés sont âgés entre 18 et 25 ans et qu'ils sont pour la plupart des étudiants qui ne votent pas régulièrement et qui ne se considèrent pas plus à droite qu'à gauche ? Une possibilité à prendre en compte !

Afin de vérifier l'indépendance des deux variables qualitatives, nous allons nous référer aux tests du Chi-2 à l'aide du logiciel R³⁴. But du test du Chi-2 : tester si l'approbation du projet dépend du statut politique.

H0 : positionnement politique indépendant

H1 : positionnement politique dépendant

```
data <- matrix(c(6,51,6,27,3,30), nrow=3, byrow=TRUE)
dimnames(data) <- list(PosiPoli=c("Centre","Droite","Gauche"), Opinion=c("Non", "Oui"))
chisq.test(data)
Résultat du logiciel R:
Pearson's Chi-squared test
data: data
X-squared = 1.5498, df = 2, p-value = 0.4608
Warning message:
In chisq.test(data) : l'approximation du Chi-2 est peut-être incorrecte
```

Ici, la p-value= (0.4608) étant plus grande que $\alpha = 5\%$, on ne peut pas rejeter l'hypothèse nulle. De ce fait, la conclusion des résultats du test Chi-2 est que la preuve statistique n'est pas suffisante pour conclure qu'il existe une indépendance entre l'approbation du projet et le positionnement politique. De plus, l'approximation du Chi-2 peut être incorrecte car une donnée par cellule est plus petite que 5, une exigence pour affirmer la validité de ce test.

34 VARONE, Sacha. *Tests paramétriques*. Cours de statistiques de 2ème année, 2012. Slides.161 à 169

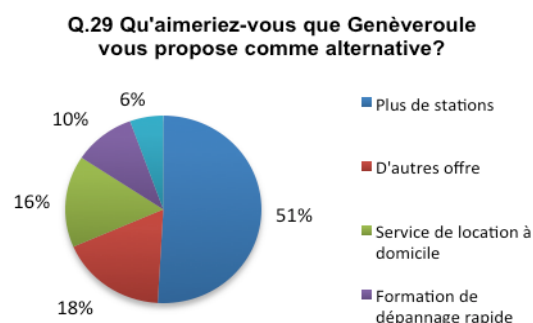
4.5.3 Utilisateur d'un VLS

Sur les 108 sondés favorables au VLS, j'ai voulu connaître ceux qui seraient également des utilisateurs. Plus d'une personne sur deux (57%) est à la fois favorable au projet, mais également un futur utilisateur d'un VLS. Ce qui démontre encore une fois le potentiel du VLS sur le territoire genevois et l'importance pour Genève-roule de participer à ce projet afin de toucher un plus large public et d'augmenter sa notoriété.

4.5.4 Alternatives au VLS

Cette question a pour but d'identifier le désir des sondés qui sont favorables au projet du VLS (n=108). Etant donné que ce projet est en suspens, j'ai proposé quelques alternatives aux sondés selon le potentiel de l'association de les réaliser et leur ai également laissé le choix d'en proposer.

Il est ressorti dans un premier temps, le souhait que Genève-roule ouvre d'autres stations afin de desservir au mieux le canton. Cependant, ceci ne remplacera jamais un VLS. Genève-roule pourra difficilement répondre à la demande de mobilité genevoise en n'exploitant pas le VLS.



Puis, que l'association offre d'autres types de transport qui restent toujours dans le concept de la mobilité douce, tels que des trottinettes ou des patins à roulette. Finalement, un service de location à domicile pour ceux qui n'ont pas d'arcades proche de leur lieu de domicile.

4.6 Synthèse de l'étude quantitative

A travers l'approche analytique, plus particulièrement l'enquête quantitative, j'ai voulu connaître la notoriété de Genèveroule ainsi que le degré de satisfaction des utilisateurs. En ce qui concerne le premier point, l'association est connue par le biais de la location et des prêts de vélos gratuits mais malheureusement pas par ses autres activités. Il découle de ce constat que Genèveroule doit prioritairement travailler sur sa communication. Par la suite, elle pourra également améliorer la qualité des services proposés. En ce qui concerne, le second point, ceux qui connaissent l'association ne mentionnent aucun point qui mériterait d'être amélioré. Cependant, si l'on prend en considération le nombre d'utilisateurs qui reviennent, l'association ne parvient à en fidéliser que la moitié. Cette proportion n'est pas suffisante pour pouvoir se reposer sur ses lauriers ! D'autre part, ils peuvent être satisfaits des services proposés, cela n'empêche pas d'en attendre davantage de la part d'une association à laquelle ils recourent parce qu'ils ont intégré le processus. A ce niveau, il faut reconnaître qu'à l'heure actuelle l'association ne donne pas satisfaction.

Pour améliorer son image, Genèveroule doit opérer des changements en continu. Dans ce sens, l'association aurait intérêt à enrichir sa palette d'accessoires. Des réponses données par les sondés, il ressort le désir de bénéficier de nouveaux accessoires tels qu'un panier à provision à l'avant, un support I-phone ou des rétroviseurs ce qui rendra le vélo plus utilitaire et sécurisant. En ce qui concerne les critères de location, il faudra tenir compte de l'accessibilité des points de locations ainsi que de la flexibilité des horaires.

De l'enquête quantitative, il résulte également qu'une majorité des sondés est favorable à l'utilisation du VLS. De ce constat, le VLS ne peut être qu'un atout dans le concept de la mobilité douce promue par Genèveroule. Cet optimisme induira un changement de comportement en termes d'habitudes de transports. Par exemple, les piétons ainsi que les usagers des transports publics sont plus favorables à un report modal vers le vélo. De plus, soulignons que par souci d'écologie, de plus en plus d'entreprises prennent conscience de leur rôle et s'investissent activement dans des opérations de promotion de mobilité douce.

Finalement, si le projet VLS passe à la trappe, Genèveroule tirera tout de même son épingle du jeu en complétant son offre par d'autres offres liées à la mobilité douce, telles que le roller ou la trottinette qui pourront être proposés par

l'association. De plus, le service de location à domicile pourrait représenter un nouveau créneau à ajouter pour une certaine catégorie d'habitants.

Erreurs d'échantillonnage

Dans mon enquête quantitative, mes profils socioculturels ne sont pas suffisamment variés, cela pour diverses raisons. Premièrement, parce que j'ai décidé d'effectuer mon questionnaire par Internet et que le sondage a été diffusé en grande partie via des réseaux sociaux et par e-mail. Il a contribué à effectuer un premier tri, notamment au niveau de l'âge des répondants. Ce qui explique que 64% des interrogés ont entre 18 et 25 ans et qu'il n'y a aucun répondant de plus de 56 ans et de 46 à 55 ans. Deuxièmement, parce que j'ai envoyé mon questionnaire par adresse email à tous les étudiants des HES. C'est pourquoi les sondés ont souvent le même profil, c'est-à-dire le statut « d'étudiants ». Pour ces différentes raisons, les conclusions et résultats obtenus au cours de ce travail sont à considérer avec une certaine réserve et ne sont donc pas représentatifs de la majorité de la population genevoise car elle n'est pas totalement représentée. Pour éviter ce problème, j'aurais dû envoyer le questionnaire à plusieurs entreprises et/ou associations actives dans différents domaines, situées principalement dans l'agglomération et liées à la mobilité, telles que les TPG, Pro vélo, Actif-traffic et La maison du vélo. J'aurais pu également saisir l'opportunité d'utiliser les informations fournies par la base de données de l'association à laquelle il aurait été possible d'avoir accès. Après recul, je me suis rendue compte que le manque de temps ainsi que ma méthodologie ne m'ont pas permis d'élargir l'échantillonnage de mon étude qui aurait alors été bien plus représentatif de la réalité. Pour une prochaine fois, je procéderai d'une autre façon. Je privilègerai d'abord le face-à-face au questionnaire virtuel afin d'obtenir des résultats variés et non similaires comme obtenu lors de mon étude.

Erreurs dans la collecte de l'information

J'ai commis certaines erreurs dans la création du questionnaire, notamment dû au fait que j'ai contraint les sondés à répondre à toutes les questions grâce à un paramètre de SurveyMonkey. En observant les résultats, j'ai pu constater que certaines réponses avaient été complétées parce qu'il fallait répondre absolument à la question. Par exemple, dans la question « Sur l'axe de gauche à droite, comment définiriez-vous votre positionnement politique », beaucoup de sondés se sont positionnés au centre, peut-être parce qu'ils ne votent qu'occasionnellement et ne se positionnent pas vraiment politiquement.

5. Recommandations proposées

Stratégie du produit

Au cours de l'enquête, j'ai pu constater que Genèveroule est perçue principalement comme étant un service de location et de prêts de vélos gratuits. En raison de son offre de services très complète autour du vélo : service d'entretien et de réparations, service de gestion du parking de vélos et service de location et de prêts de vélos. L'identité de Genèveroule est floue pour le public. Pourtant, dès le premier clic sur son site Internet, toutes ses activités sont bien mises en évidence. Il est facile pour l'internaute de se diriger vers le service qui l'intéresse. Tandis que sur sa page Facebook, aucune indication n'est fournie quant aux divers services proposés. Il serait important qu'elle définisse une identité claire et qu'elle la fasse connaître aux internautes. Par exemple, dans l'icône « à propos », avec un bref explicatif de l'association (concept, services proposés, statut et valeurs défendues) qui pourrait être utile à la compréhension du visiteur.

Vu l'objectif de réinsertion socioprofessionnelle, le dialogue avec les employés s'avère bien souvent plus difficile et la qualité du service peut être de moins bonne qualité que dans d'autres organismes. En effet, l'attention portée sur le client est moindre : il arrive que les clients doivent faire des efforts pour comprendre les démarches liées à la location de vélos. Un langage de sourd crée une barrière entre le client et l'employé. Cela pourrait porter préjudice à l'image de Genèveroule. Or il est important de délivrer un service précis de qualité, car les clients jugent et se font vite une opinion d'un service en fonction des employés avec qui ils entrent en interaction. Raison pour laquelle il est important d'avoir des employés qualifiés et souriants, qui sachent renseigner et conseiller, par exemple sur le réajustement de la selle et du guidon ou sur quels itinéraires emprunter.

Ensuite, j'ai pu observer que certains sondés avaient des a priori sur le vélo sans avoir jamais essayé ce mode de transport, tels que « je n'aime pas faire du vélo » et « le vélo n'est pas assez rapide ». Lors du programme « le samedi du vélo » organisé par Pro Vélo, Genèveroule participe en offrant son savoir-faire mécanique. Cet atelier se déroule tous les premiers samedi du mois d'avril à septembre. Il offre aux participants des cours de conduite, de mécanique et des visites guidées à vélo, c'est-à-dire un vrai apprentissage pour (re)monter en selle

et apprendre à rouler dans la circulation. Une expérimentation qui désamorce les a priori. Cependant, cet événement n'est pas suffisamment communiqué au public. Certes, on retrouve l'information sur les sites Internet de GenèveVelo et Pro Vélo mais l'internaute doit lui-même chercher l'information alors qu'il devrait accéder directement à l'information sans avoir besoin de la chercher. C'est pourquoi je conseille vivement à GenèveVelo de diffuser ces événements sur d'autres plateformes, telles que la presse à laquelle tout public a accès (20min ou Tribune de Genève), de mettre en évidence l'événement quelques jours avant sur sa page Facebook, des campagnes d'affiches sur ses arcades et, selon son budget, profiter pour diffuser l'événement par le biais du canal des TPG. De plus, elle pourrait référencer ses événements sur d'autres sites web bien fréquentés, tels que « Ladécanse » et « Ron orp » qui regroupe les événements à venir dans différentes thématiques : fêtes, ciné, théâtres, expos et divers. Ainsi, l'événement est diffusé par le biais de différents outils de communication et sa visibilité est garantie.

Stratégie de prix

Comme nous avons pu le voir, les personnes n'ayant jamais loué de vélo estiment incorrectement le prix proposé par GenèveVelo ce qui met un frein à la location d'un vélo. Alors qu'en réalité, GenèveVelo propose des tarifs plus avantageux que Rent-a-Bike ou d'autres petits magasins de location tels que, ezze Suisse, Scoot loc. etc. C'est pourquoi GenèveVelo devrait travailler davantage sa communication (affiches publicitaires, site Internet) et promouvoir leurs tarifs avantageux par rapport à la concurrence.

Stratégie de distribution

Les emplacements des containers à vélo sont bien visibles, c'est grâce à cette stratégie que 67% des sondés (n=64) ont fait la connaissance de l'association. C'est pourquoi GenèveVelo doit continuer sur cette voie par l'ouverture d'autres points de location comme souhaité par les sondés.

Stratégie de communication

La notoriété de GenèveVelo atteste de sa bonne visibilité. En matière de communication, le problème ne vient pas du choix des moyens mis en œuvre, mais de leur utilisation. C'est pourquoi je recommande de garder ses outils de communication actuels, mais de les rendre plus attrayants aux yeux du public.

Parlons à présent des médias sociaux (Facebook et Twitter), sur lesquels Genève Roule possède déjà sa propre page. A l'heure actuelle, Genève Roule possède un site Internet complet et actualisé. En soi, le site Internet est bien construit, les différentes activités sont bien séparées, ce qui permet à l'internaute de trouver rapidement l'information recherchée. Les actualités telles que les événements, les changements d'horaires ou de points de localisation des containers sont mis en évidence sur la première page du site. Nous remarquons que Facebook fonctionne comme levier ou vitrine supplémentaire. Cependant, les participants et les adhérents sur la page sont trop peu nombreux. Comme Genève Roule loue presque 40'000 vélos par année, autant en profiter pour faire interagir ces gens et ainsi augmenter la visibilité de Genève Roule via ce média social.

Je suggère de passer en « fan page » et non en groupe « amis » comme elle se trouve actuellement. Cette procédure a l'avantage d'aller à l'essentiel (un seul clic) pour tout autant d'informations reçues. Ensuite, un moyen simple de faire exploser le trafic consiste à proposer des concours sur Facebook pour être d'avantage attractif et augmenter ainsi sa notoriété. Par exemple, un premier concours photos : l'utilisateur se prendrait en photo avec son vélo Genève Roule de manière originale. Le gagnant serait élu par les internautes qui auraient attribués le plus de « j'aime » à la photo publiée sur son mur et sur le mur de Genève Roule. Un autre concours qui pourrait s'inscrire dans un prolongement du premier consisterait à répondre à une question quizz sur la connaissance de Genève Roule et sur la mobilité douce à Genève. Celui qui répondrait le plus rapidement et de façon correcte aurait remporté le cadeau.

Ainsi, ce support devient plus attractif pour les membres de la page « Genève Roule » et offre une plus grande visibilité. Par le biais des participants aux concours, tous leurs amis verraient dans un premier temps leur photo et prendraient connaissance dans un second temps de l'association Genève Roule, instigatrice du concours photo, en voulant cliquer sur « j'aime » pour voter pour leur ami. Le gagnant du concours photo se verrait offrir un vélo de seconde main et pour le gagnant du quizz un mois d'abonnement chez Genève Roule. C'est donc un bon moyen de faire participer les internautes tout en améliorant l'aspect viral de Genève Roule.

Afin de maintenir un lien avec les clients et tenter de les fidéliser, les employés devraient à chaque location de vélo distribuer un flyer sur lequel figurerait la page

Facebook de Genève-roule avec comme slogan « like la page et devient membre pour être informé de nos activités ». A travers l'actualisation récurrente de sa page Facebook, les internautes auraient accès aux dernières nouveautés, telles que le concours du mois (concours photo ou la question quizz), l'offre du jour spéciale et les événements à venir (samedi du vélo, la fête de l'espoir, etc.). Par le biais de Facebook, Genève-roule resterait en contact avec ses clients en leur proposant un contenu varié et ludique avec de belles photos de Genève actualisées chaque jour. Le but : donner envie au public de venir louer un vélo pour se balader un après-midi au soleil.

En parallèle à sa page Facebook, une application I-Phone pourrait faire le relais parfait. D'autant plus qu'aujourd'hui les personnes n'ayant pas de smartphone sont minoritaires. L'application sur smartphone permet d'être rapidement connecté aux réseaux sociaux ; il n'est plus nécessaire de se trouver sur son poste de travail ou chez soi. Un outil idéal pour être au courant des dernières nouveautés et poster au plus vite sa photo avec le vélo de Genève-roule sur sa page Facebook.

Dans le but d'augmenter le taux de satisfaction, l'application Genève-roule pourrait proposer divers itinéraires cyclables selon le motif de location (loisir et culturel ou trafic pendulaire) afin de garantir à son utilisateur une conduite agréable et sécurisée. De plus, l'application pourrait lui permettre de réserver son vélo ainsi que des accessoires à distance.

De plus, des campagnes d'affichage pourraient être un bon outil de communication pour véhiculer l'existence et l'emplacement de locaux qui offrent un service de location et de prêts de vélos gratuits. Les affiches devraient être placées à des endroits stratégiques dans le but d'être bien visibles du public et cibler le public de Genève-roule, soit les résidents, les pendulaires et les touristes. Par exemple, à la gare de Cornavin, dans le centre-ville, au parc des Bastions, à la Plaine-de-Plainpalais, à Genève Tourisme et aussi à l'entrée de Genève pour les transfrontaliers.

Dans le but de rendre l'association plus attractive, Genève-roule se doit de participer à plus d'événements. Par exemple, « Constell on tour », qui consiste à faire le tour du lac sur un week-end. Genève-roule pourrait à cette occasion mettre à disposition une flotte de vélo ; en contrepartie l'événement lui offre une grande visibilité et améliore son image en tant qu'association dynamique et participative.

Pour finir, j'ai pu constater que le site de Genève-roule est souvent référencé sur d'autres sites web tels que : Péclôt 13, Pro-vélo, Maison du vélo, L'autre salon, etc. ; un très bon moyen d'être visible et de se faire connaître du public. Genève-roule doit continuer à augmenter sa visibilité en créant des liens avec d'autres sites bien fréquentés autour du vélo et qui restent en adéquation avec la mobilité, comme: Actif-traffic, RoueLibre, etc.

Partenariat et sponsoring

Genève-roule, qui peut compter actuellement sur un potentiel d'environ 40'000 utilisateurs par an est un acteur suffisamment intéressant (crédible) de la place de Genève pour interagir avec différents commerces qui partagent des objectifs communs. C'est pourquoi il serait judicieux d'entreprendre quelques partenariats avec des bars-buvettes, des restaurants, des musées et les TPG.

Par ailleurs, l'association pourrait distribuer un petit fascicule à chaque location. A l'intérieur, l'utilisateur trouverait des itinéraires cyclables, des endroits cultes à visiter à Genève et un bon pour un rafraîchissement dans une buvette genevoise. Dans le cas des bars-buvettes, je propose un partenariat avec la Barje. Il serait idéal car la Barje est aussi une association à but non-lucratif et qui partage les mêmes missions que Genève-roule. D'autant plus qu'elle dispose d'un espace convivial et accueillant. Dans le cas des TPG, un abonnement Unireso qui intégrerait la location de vélos pourrait également représenter une forme de partenariat. Un autre partenariat envisageable serait avec Genève Tourisme, qui pourrait faire profiter l'association de la visite audioguidée déjà existante.

Conclusion

Le public connaît Genève-roule, cependant l'identité de l'association reste floue auprès de certaines sondés. La représentation négative du vélo porte préjudice à son utilisation ainsi qu'à son image de Genève-roule. C'est pourquoi l'association doit impérativement désamorcer les a priori des sondés à travers des ateliers ou des journées sur le thème de la mobilité douce auprès des particuliers et des entreprises.

Le VLS pour sa part est une bonne opportunité à saisir pour l'association dans le but d'optimiser son image auprès du public. Contrairement à la location de vélos déjà existante, le VLS permettrait de répondre à la demande en termes de mobilité, ce que Genève-roule ne serait pour l'heure pas en mesure de satisfaire sans augmenter ses points de location. Par ailleurs, il réglerait le problème d'identité et de notoriété que connaît actuellement l'association. En effet, il permettrait de cibler un public plus large et de valoriser les trajets pendulaires tout en ne délaissant pas les touristes qui ont de plus en plus l'habitude d'utiliser ce service à l'étranger.

De ce fait, la réorganisation de la structure interne de Genève-roule ne peut être que bénéfique pour sa notoriété et son image. Il convient de ne pas oublier que des expériences calamiteuses ont été menées dans les années 80, avec le projet des vélos roses, des vélos crèmes et avec le projet de vélos gratuits qui avaient démontré à l'époque que le vélo public était tout, sauf une affaire qui roule ! C'est pourquoi, pour que le VLS connaisse un franc succès, plusieurs points sont à prendre en considération pour délivrer un service sécurisé et fiable au-delà de l'aspect de la promotion.

L'association doit donc enrichir ses domaines de compétence qui exige de ses employés un certain sérieux pour répondre aux attentes à la hauteur d'un tel projet. Puis, mettre en place une gestion opérationnelle bien réfléchie en termes de bornes à vélos, de choix d'emplacements, de promotion, de tarifs, etc. Un VLS aura du succès si et seulement si la densité des vélos et des stations mis à disposition des utilisateurs est forte.

Finalement, une page Internet et/ou un blog seraient avantageux pour créer une communauté dédiée au VLS, car mettre en avant toutes ces mesures permet d'améliorer l'image du vélo en dévalorisant peu à peu la voiture.

Bibliographie

- Support papier -:

- Rapports :

- DIRECTION GENERALE DE LA MOBILITE, Mobilité 2030 : stratégie multimodale pour Genève. Genève : Etat de Genève, 2013. 88 p.
- DIRECTION GENERAL DE LA MOBILITE et DEPARTEMENT DE L'INTERIEUR ET DE LA MOBILITE, Les comptages vélos 2011 : Rapport technique. Genève : Ville de Genève, 2012. 43 p.
- GENEVEROULE, Rapport d'activités 2012. Genève : Genève-roule, 2012. 12 p.
- KAUFMANN, Vincent et al. En ville, les actifs jonglent avec les moyens de transport. Lausanne : EPFL, 2013. 2p.
- KLOPFENSTEIN, Delphine et al. Pro vélo info : pour le vélo au quotidien. Genève : Pro vélo, 2010. 19 p.
- OFS et ARE. La mobilité en Suisse : résultats du microrecensement mobilité et transports 2010. Mobilité et transports. Neuchâtel : OFS, 2012. 110 p.
- OFS. Accidents des transports en Suisse 2011. Mobilité et transports. Neuchâtel : OFS, 2012. 16 p.
- OFS. Vie active, emploi et rémunérations du travail. Genève : OFS, 2012. 12 p.
- OFEV. Mobilité, ça bouge ! Environnement. Genève : OFEV, 2012. 64 p.
- OFROU. Trafic et disponibilité des routes nationales : rapport annuel 2011. Genève : OFROU, 2011. 37 p.
- QUINCEROT, Richard. Plan directeur de la mobilité douce. Genève : Etat de Genève, 2013. 28 p.
- WERNER, Huber et FROIDEVAUX, Hervé. Genève bouge : une grande ville bâtie sur un petit espace. Hochparterre :Genève : Canton et la ville de Genève, 2011. 39 p.

- Support de cours :

- HEBEISEN, Christophe. Statistiques d'enquête : statistiques IV. HEG, 2012.
- VARONE, Sacha. Statistiques III. HEG, 2011.

- Thèse, mémoire, travail de Bachelor :
- BOILLAT, Patrick et NORER, Olivier. Représentations du vélo et obstacles à son utilisation à Genève. 2002. 68 p. Rapport de synthèse, Faculté des sciences économiques et sociales, Geo-Unige, 2002.
- NICOLAS, Simond, Plans de mobilité d'entreprise et vélo à assistance électrique : Quel impact sur la mobilité professionnelle et privée ?. 2010. 110 p. Mémoire de Master en géographie, Faculté des sciences économiques et sociales, Geo-Unige, 2010.

- Support électronique -

- Article électronique :
- BUDRY, Eric. BRETTON, Marc. Michèle Künzler: «Oui, j'ai un problème d'image». 2013. <http://www.tdg.ch/geneve/actu-genevoise/Michele-Kuenzler-Oui-j-ai-un-probleme-dimage/story/30317579> (consulté le 7 juin 2013)
- LE MATIN. Les vélos en libre-service cartonnent en Suisse romande. 2012. <http://www.lematin.ch/vivre/societe/Les-velos-en-libreservice-cartonnent-en-Suisse-romande/story/13669235> (consulté le 27 janvier 2013)
- MOULIN, Marc. Polémique genevo-biennoise sur le vélo en libre-service. Mobilité. 2013. http://www.letemps.ch/Page/Uuid/13626696-64d1-11e2-981f-040fa67ddf84/Pol%C3%A9mique_genevo-biennoise_sur_le_v%C3%A9lo_en_libre-service#.UgwB6haiOWc (consulté le 25 janvier 2013)
- POUCHARD, Alexandre. Amsterdam dépassé par le succès du vélo. 2012. http://www.lemonde.fr/mobilite/article/2012/11/22/amsterdam-depasse-par-le-succes-du-velo_1792570_1653095.html (consulté le 25 janvier 2013)
- ROSSELI, Sophie. Toujours plus de deux-roues circulent à Genève. 2013 <http://www.tdg.ch/geneve/actu-genevoise/Toujours-plus-de-deuxroues-circulent-a-Geneve/story/15070024> (consulté le 31 mars)
- ZEINES, Sarah. Dis-moi où tu vis, je te dirai quel air tu respirez. Pollution. 2013. <http://www.ghi.ch/le-journal/la-une/dis-moi-ou-tu-vis-je-te-dirai-quel-air-tu-respires> (consulté le 7 avril 2013)

- Législation :

– Loi sur l’initiative 144 « Pour la mobilité douce »

http://www.ge.ch/legislation/initiatives/f/IN_144.html (consulté le 4 mars 2013)

- Site web ou blog :

– ACTIF-TRAFIC. Initiatives 144 pour la mobilité douce. 15.05.2011.
<http://www.mobilite-douce-ge.ch> (consulté le 4 mars 2013)

– ENERGIE-ENVIRONNEMENT. Transport et mobilité : vélos et vélos électriques. <http://www.mobilite-douce-ge.ch> (consulté le 5 avril 2013)

– GENEVEROULE. Genève roule se profile comme un acteur clé du projet VLS. 14.12.2012. <http://www.geneveroule.ch/drupal/fr/node/30> (consulté le 1 décembre 2012)

– GENEVE TOURISME, <http://www.geneve-tourisme.ch/fr/infos-pratiques/se-deplacer/a-velo/> (consulté le 6 juin 2013)

– OFEV. Conséquences économiques : des coûts externes considérables. 12.12.13. <http://www.bafu.admin.ch/dokumentation/umwelt/12512/12535/index.html?lang=fr> (consulté le 28 mars 2013)

– VELIB, <http://blog.velib.paris.fr> (consulté le 15 décembre 2012)

– VILLE DE GENEVE, Le vélo à Genève. 05.10.2012.
<http://www.ville-geneve.ch/themes/mobilite/velos/> (consulté le 7 février 2013)

- Vidéos audiovisuel :

– Télévision Suisse Romande (TSR). A BON ENTENDEUR. Les avantages du vélos. 2004. <http://www.rts.ch/video/emissions/abe/417796-les-avantages-du-velo.html> (consulté le 6 mars 2013)

– Télévision Suisse Romande (TSR). Journal de 19:30. Augmentation du prix de l’essence : avis des consommateurs. 2013.
<http://www.rts.ch/video/info/journal-19h30/5026370-augmentation-du-prix-de-l-essence-l-avis-des-consommateurs.html> (consulté le 27 juin)

Annexe 1 Calcul de l'échantillon

Afin de générer un échantillon correct, je me suis basée sur le cours de statistiques d'enquête enseigné par M Hebeisen au cours de ma 2^{ème} année à la HEG³⁵. Le but étant d'estimer la proportion de personnes susceptibles d'utiliser le VLS. La formule est la suivant :

$$n = \frac{t^2 \times p (1 - p)}{m}$$

n = la taille d'échantillon

t = le niveau de confiance à 95% (valeur type de 1.96)

p = proportion de l'échantillon

m = marge d'erreur de 5% (valeur type 0.05)

D'après les résultats de la votation de l'initiative 144 « Pour la mobilité douce », la population genevoise a donné son soutien à hauteur de 50,3% le 15 mai 2011. De ce fait, j'ai estimé que 50% des Genevois intéressés par la mobilité douce seraient susceptibles d'utiliser les services de Genèveroule et également utilisateur d'un VLS.

$$\text{Calcul : } \frac{1.96^2 \times 0.5 (1-0.5)}{0.05^2} = 384$$

Mon échantillon sera donc constitué au minimum de 384 personnes intéressées par la mobilité douce et résidant à Genève.

³⁵ Support de cours statistiques d'enquête 2012. Slide 13 et 14

Annexes 2

Questionnaire

Durée du questionnaire :
10min

ENQUETE SUR LA PLACE DU VELO DANS NOTRE CANTON AUPRES DE LA POPULATION GENEVOISE

- Cette enquête est réalisée dans le cadre de mon travail de Bachelor pour mieux comprendre les attitudes des habitants du Canton de Genève face à la mobilité douce.
- La confidentialité et l'anonymat des données sont absolument garantis.

A. COMPORTEMENT LOCATION VELO

1. Avez-vous déjà loué un vélo à Genève ?

- ☐ Oui ☐ Non (si non, vous devez poursuivre à la dernière question (partie A))

2. Auprès de quelle(s) organisation(s) vous êtes-vous adressé(e) ?

- ☐ Genèveveroule
☐ Rent a Bike
☐ Votre entreprise
☐ Magasins
☐ Autres : _____

3. Combien de fois avez-vous loué un vélo au cours des deux dernières années?

- ☐ 1x ☐ 2x ☐ 3x ☐ 4x ou plus

4. Pour quels types de déplacements avez-vous loué un vélo ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Pour des petits trajets (achats rapides)
☐ Pour des déplacements professionnels
☐ Pour se rendre aux cours (école, université)
☐ Pour les loisirs (balade)

5. Quel type de vélo avez-vous loué? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Vélo de ville
- ☐ VAE (Vélo assistance électrique)
- ☐ VTT (Vélo tout terrain)
- ☐ Vélos spéciaux
- ☐ Vélo de course
- ☐ Vélo de randonnée

6. Etiez-vous satisfait de votre location de vélo?

- ☐ Tout à fait ☐ Plutôt oui ☐ Plutôt non ☐ Pas du tout

7. Auriez-vous une ou plusieurs suggestion(s) d'amélioration ?

- ☐ Oui ☐ Non

Si oui, qu'est-ce qui pourrait être amélioré ? (à spécifier)

8. Lorsque vous louez un vélo quelle est l'importance des critères suivants ?

En termes du Produit -Vélo				
	Très important	Assez important	Peu important	Pas du tout important
Design/esthétique du vélo				
Qualité globale (freins, cadre, roue)				
Accessoires disponibles (panier à l'avant, poussette à l'arrière)				
Ancienneté du vélo				
En termes du Service				
	Très important	Assez important	Peu important	Pas du tout important
Heure d'ouverture /fermeture				
Conseils à la clientèle				
Localisation des points de location				
Prix de la location				

9. Souhaiteriez-vous pouvoir ajouter un ou plusieurs accessoire(s) sur votre vélo de location (sachant que les vélos de location sont uniquement équipés des roues, cadre, guidon, frein et un cadenas) ?

- ☐ Oui ☐ Non

Si oui, quel(s) accessoire(s) souhaiteriez-vous pouvoir ajouter sur votre vélo de location ? (plusieurs réponses possibles)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Remorque à l'arrière | <input type="checkbox"/> Un support Iphone |
| <input type="checkbox"/> Panier à provisions à l'avant | <input type="checkbox"/> Des clignotants |
| <input type="checkbox"/> Siège enfant à l'arrière | <input type="checkbox"/> Un porte bouteille |
| <input type="checkbox"/> Quatre roues à l'arrière (pour débutant et enfants) | <input type="checkbox"/> Un casque |
| <input type="checkbox"/> Support à vélo pour voiture | <input type="checkbox"/> Des rétroviseurs |
| <input type="checkbox"/> Ecarteur de danger | <input type="checkbox"/> Un gilet jaune |
| <input type="checkbox"/> Une sacoche pour bien personnel | <input type="checkbox"/> Autres : |
- ☐ Un cyclomètre pour vélo (GPS)

→ poursuivre à la partie B. Notoriété de Genève-roule

A. COMPORTEMENT LOCATION VELO

2. Pourquoi n'avez-vous jamais loué un vélo ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je ne sais pas où me diriger pour la location
- ☐ Je n'ai pas les conditions physiques
- ☐ Je ne sais pas faire du vélo
- ☐ Je possède déjà mon propre vélo
- ☐ Je n'aime pas faire du vélo
- ☐ Je préfère être à l'abri des intempéries (pluie, neige, froid)
- ☐ Le vélo est trop dangereux
- ☐ Il manque de piste cyclable sur les routes
- ☐ Le vélo n'est pas assez rapide
- ☐ Le prix de location est trop cher
- ☐ Le risque de vol
- ☐ Autres : _____

→ poursuivre à la partie B. Notoriété de Genève-roule

B. NOTORIETE DE GENEVEROULE

10. Connaissez-vous l'association Genève-roule, ne serait-ce que de nom ?

- ☐ Oui ☐ Non (si non, poursuivre à la question 14)

Si oui, par quel biais principal avez-vous pris connaissance de ce service ?

- ☐ Bouche à oreille
- ☐ Arcades bien visible (point de location)
- ☐ Site Internet de Genève-roule
- ☐ Médias sociaux –Facebook-Twitter
- ☐ Articles de presse
- ☐ Manifestations

11. Comment décririez-vous cette association ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Service de location de vélo
- ☐ Service de prêts de vélos gratuits
- ☐ Service de réinsertion socioprofessionnelle
- ☐ Service de mobilité d'entreprise
- ☐ Service d'entretien et réparations sur vélo
- ☐ Service de gestion du parking de Montbrillant

12. Voici, les points de location de vélo actuel de Genève-roule. Auprès de quel emplacement vous êtes-vous adressé ?

- ☐ Place de Montbrillant (derrière la gare)
- ☐ Terrassière, Ruelle des Templiers
- ☐ Meyrin, av. Vaudagne (dans l'EcoCorner)
- ☐ Plaine de Plainpalais (côté skate-park)
- ☐ Bains des Pâquis (Quai du Mont-Blanc)
- ☐ Carouge, place de l'Octroi
- ☐ Place du Rhône

13. Est-ce que les points de location actuels sont-ils suffisant ?

- ☐ Oui ☐ Non

Puis poursuivre à la question 15, partie C. Mobilité quotidienne

14. Si non, Genèveroule, est une association d'utilité publique encourageant le développement de la mobilité douce en proposant un service de location de vélos aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises. Pendant l'été il est possible de profiter de prêts de vélo gratuitement au bord du lac. Par ailleurs, le client a la possibilité de choisir la durée de location du vélo :

	½ journée	1 jour	1 week-end	1 semaine	1 mois
Vélo de ville	CHF 8.-	CHF 12.-	CHF 20.-	CHF 65.-	CHF 175.-
Vélo à assistance électrique	CHF 17.-	CHF 25.-	CHF 42.-	CHF 135.-	CHF 365.-

Pourriez-vous être intéressé(e) à louer un vélo auprès de cette organisation?

- ☐ Oui ☐ Non (si non, poursuivre à la partie C. Mobilité quotidienne)

Si oui, pour quel motif ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Pour des petits trajets (achats rapides)
☐ Pour des déplacements professionnels
☐ Pour se rendre aux cours (école, université)
☐ Pour les loisirs (balade)

C. MOBILITE QUOTIDIENNE

15. Quel type de transport utilisez-vous quotidiennement pour vous rendre sur votre poste de travail/étude ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Voiture
- ☐ Vélo de ville
- ☐ VAE (vélo assistance électrique)
- ☐ Deux roues motorisés (scooter et moto)
- ☐ Covoiturage
- ☐ Transport en commun (train, TPG)
- ☐ A pied

16. Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous ce moyen de transport ?

- ☐ Manque d'alternative
- ☐ Durée du voyage / temps de trajet
- ☐ Coûts
- ☐ Sentiment de sécurité
- ☐ Grande fiabilité
- ☐ Transport de bagage, objets encombrant

17. Seriez-vous prêt à changer votre mode de déplacement pour un mode de transport plus écologique et plus rapide tels que le vélo ? (ne pas la soumettre à ceux qui ont mentionnés le vélo à la question 15)

- ☐ Sûrement ☐ Peut-être ☐ Certainement pas ☐ En aucun cas

→ (si « certainement pas » ou « en aucun cas », poursuivre à la partie D. Mobilité d'entreprise)

18. Quelle importance accorderiez-vous aux facteurs suivants, dans votre décision d'utiliser un vélo ?

	Très important	Assez important	Peu important	Pas du tout important
Agir pour l'environnement				
Préserver sa santé (condition physique)				
Gagner du temps suivant les déplacements				
Economiser de l'argent sur les frais de déplacement				
Solution aux problèmes de stationnement				
Solution aux problèmes d'embouteillage				
Complément aux autres transports (voiture, tpg, vélo)				

D. MOBILITE D'ENTREPRISE

19. Si votre entreprise dans laquelle vous travaillez s'impliquait dans la mobilité d'entreprise en mettant à disposition à ses employés des vélos afin de limiter les déplacements motorisés, les utiliseriez-vous pour les déplacements pendant la journée de travail (livraisons, visites, réunions, etc.) ou même pour les déplacements domicile-travail ?

☐ Oui ☐ Non Je le fais déjà

E. LE VELO EN LIBRE SERVICE

Le projet de vélo en libre-service constitue une nouvelle forme de promotion de la mobilité douce, il consiste à offrir la possibilité à tout public d'emprunter un vélo et de le restituer à un autre emplacement du canton. Un concept similaire existe déjà en Suisse, tels qu'à Bienne, Bâle, Nyon ou Lausanne. Actuellement, ce projet a été présenté au Grand Conseil mais a été renvoyé pour cause de budget trop conséquent.

20. Etes-vous favorable à l'implantation du Vélib'Genevois?

☐ Oui (si, oui poursuivre à la question 21) ☐ Non

Si non, pourquoi ?

- ☐ Je trouve que cela est trop coûteux pour la collectivité
- ☐ Je pense que le risque de vandalisme est trop élevé
- ☐ Je ne pense pas que cela modifierait les habitudes
- ☐ Je ne pense pas que ce projet soit adapté à Genève
- ☐ La mobilité douce ne m'intéresse pas
- ☐ Autres : _____

→ Puis poursuive aux données sociodémographiques (fin du questionnaire)

21. Seriez-vous utilisateur d'un vélib ?

☐ Oui ☐ Non (si, non poursuivre aux données sociodémographiques puis fin du questionnaire)

22. Dans le cas où le VLS ne verrait pas le jour, qu'aimeriez-vous que Genève propose comme alternative ?

- ☐ Plus de stations
- ☐ D'autres offres
- ☐ D'autres vélos
- ☐ Un service de location à domicile
- ☐ Une formation de dépannage rapide
- ☐ Des cours de conduite

→ poursuivre aux données sociodémographiques puis fin du questionnaire

F. INFORMATIONS GENERALES

Vous êtes :

☐ Une femme ☐ Un homme

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

☐ < 18 ans ☐ 18 à 25 ans ☐ 26 à 35 ans ☐ 36 à 45 ans ☐ 46 à 55 ans
☐ 56 à 65 ans ☐ > 65 ans

De combien de personne(s) se compose votre ménage (vous y compris) ?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ou plus

Nombre d'adulte(s) (plus de 18 ans)

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ou plus

Combien de voiture(s) votre ménage possède-t-il ?

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ou plus

Combien de vélo(s) votre ménage possède-t-il ?

☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ou plus

Quel est votre profil professionnel actuel ?

<input type="checkbox"/> Femme- Homme au foyer	<input type="checkbox"/> Indépendant (e)
<input type="checkbox"/> Etudiant(e)	<input type="checkbox"/> Retraité(e)
<input type="checkbox"/> Employé(e)	<input type="checkbox"/> Sans emploi
<input type="checkbox"/> Cadre	<input type="checkbox"/> Autre : _____
<input type="checkbox"/> Cadre supérieur(e)	

Sur l'axe gauche-droite, comment définiriez-vous votre positionnement politique ?

☐ Gauche
☐ Centre
☐ Droite

En vous remerciant pour votre précieuse aide.